



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «PUBLIC RELATIONS»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

<b>Освітньо-професійна програма</b>	«Фінанси, банківська справа та страхування»
<b>Спеціальність</b>	072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»
<b>Галузь знань</b>	07 «Управління та адміністрування»
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Мова навчання</b>	українська
<b>Профайл викладача</b>	Кифяк Олександр Васильович - доктор економічних наук, професор, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку <a href="http://mmix.cv.ua/staff/kyfyak-oleksandr-vasylovych">http://mmix.cv.ua/staff/kyfyak-oleksandr-vasylovych</a>
<b>Контактний тел.</b>	+38050 2994399
<b>E-mail:</b>	o.kyfyak@chnu.edu.ua
<b>Сторінка курсу в Moodle</b>	<a href="https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=384">https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=384</a>
<b>Консультації</b>	Вівторок та п'ятниця з 11.00 до 13.00, онлайн-консультації – за домовленістю

### АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Паблік рилейшнз (Public Relations), або зв'язки з громадськістю – одна з найбільш швидко зростаючих сфер маркетингових комунікацій. Враховуючи, що бізнес сьогодні розглядає паблік рилейшнз не як інструмент односторонньої комунікації з громадськістю, а як процес діалогу і досягнення компромісу з ключовими групами суспільства, як новий підхід до налагоджування плідних відносин зі стратегічно важливими групами громадськості, ПР сьогодні впевнено завойовує позиції в різних напрямках життєдіяльності суспільства. Подальший розвиток паблік рилейшнз як галузі знань і сфери практичної діяльності об'єктивно визначений становленням економічних і політичних інститутів України, отже, вивчення дисципліни «Public relations» є неодмінною складовою процесу підготовки економістів.

**Мета навчальної дисципліни:** сформувати у студентів набір базових знань про систему зв'язків з громадськістю на підприємстві; вивчити загальні практичні механізми та інструменти паблік рилейшнз та навчити використовувати відповідний інструментарій у практичній діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети студент повинен знати матеріали таких навчальних курсів, як «Економічна теорія», «Менеджмент» (вивчаються до початку вивчення курсу), «Маркетинг» (є підґрунтям курсу). В процесі навчання вивчається фахова та монографічна література, видання, які сприяють поглибленому розумінню суті та теоретичних основ зв'язків з громадськістю, досліджуються практичні ситуації, які мають місце в практиці роботи в галузі зв'язків з громадськістю, зокрема, проведення досліджень громадської думки, проведення прес-конференцій, виступів у пресі та проведення компаній у засобах масової інформації.

### **НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ**

Тема 1. Вступ. Теоретичні основи паблік рилейшнз.
Тема 2. Використання засобів масової інформації при здійсненні зв'язків з громадськістю.
Тема 3. Середовище паблік рилейшнз.
Тема 4. Реклама в системі ПР.
Тема 5. Спеціальні заходи паблік рилейшнз.
Тема 6. Відносини зі споживачами в системі зв'язків з громадськістю.
Тема 7. Організація ПР між підприємствами й організаціями.
Тема 8. Зв'язки з громадськістю в кризових ситуаціях.
Тема 9. Міжнародні зв'язки з громадськістю.
Тема 10. Оцінка ефективності кампанії ПР.

### **ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ**

Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

Ділові ігри.

Проектні завдання (індивідуальні та командні проекти);

Методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

Робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

Самостійна робота над індивідуальним завданням.

Тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.

Реферативні та пошукові дослідження.

Вивчення вітчизняних практик.

Інтеграція міжнародних практик.

### **ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ**

**Поточний контроль.** Формами поточного контролю є:

- презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями;
- захист бізнес-кейсів, результатів досліджень;
- аналітичні звіти, реферати;
- презентації результатів виконання завдань;
- презентація творчих завдань;
- командні результати ділових ігор;

– командні результати проєктних завдань.

Здобувачі виконують індивідуальне навчально-дослідницьке завдання, яке виконується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу. ІНДЗ виконується за власною ініціативою, бажанням здобувача освіти, крім обов'язкових видів контролю. Здобувачі освіти самостійно обирають тему ІНДЗ з тематичного переліку. Виконання ІНДЗ дає можливість отримати додаткові бали з метою поліпшення результатів поточного контролю або отримання оцінки за підсумковим контролем автоматично.

*Підсумковий контроль* – залік.

### **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

### **ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>;

✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» [https://www.chnu.edu.ua/media/f5e1eobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu\\_2024.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/f5e1eobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf)

### **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу: <http://uam.in.ua>
2. Офіційний сайт European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR): <http://www.esomar.org>
3. Офіційний сайт Верховної Ради України: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
4. Державна служба статистики України: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
5. Торгово-промислова палата України: [www.ucci.org.ua](http://www.ucci.org.ua)
6. Сайти бізнес-новин: [www.business.ua](http://www.business.ua); [www.business.vesti-ukr.com](http://www.business.vesti-ukr.com); [www.business-journal.com.ua](http://www.business-journal.com.ua); [www.ubr.ua](http://www.ubr.ua)
7. Практичний маркетинг: <http://www.bci-marketing.aha.ua/>

*Детальна інформація щодо вивчення курсу  
«PUBLIC RELATIONS»  
висвітлена у [робочій програмі](#) навчальної дисципліни*