

**Інформаційний пакет освітніх компонент навчального плану
освітньо-професійної програми «Документознавство та інформаційна діяльність»,
«Інформаційна аналітика та зв'язки з громадськістю»**

Освітнього рівня бакалавр

Спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

1. Назва освітньої компоненти PR-технології в сфері бізнесу

2. Тип вибіркова

3. Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Семінар	Практичних занять	Лабораторних занять
	5	150	20		30	100
4. Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі						
Освітні компоненти, які передують вивченню	<ol style="list-style-type: none"> Теорія та практика комунікацій Теорія і практика зв'язків з громадськістю 					
Освітні компоненти для яких є базовою	<ol style="list-style-type: none"> Засади відкриття власного бізнесу 					
5. Компетенції відповідно до ОПП та вимог роботодавців:						
Компетенції відповідно до ООП						
Здатність аналізувати та використовувати різні комунікаційні технології, як технології цілеспрямованого впливу (пропаганда, паблік рілейшнз, іміджеві, рекламні), так і технології комплексного характеру («кризові» технології, міжнародні та інтеркультурні комунікації)						
Здатність використовувати форми та методи системи PR для успішної реалізації проектів, запроваджувати основні принципи PR в діяльність підприємства (організації, установи), складати результативні PR-звернення, направлені на формування іміджу підприємства, володіти механізмами планування, організації й проведення PR-компанії						

Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури						
Компетенції відповідно до вимог роботодавців						
Робота зі ЗМІ, соціальними мережами й медіа-порталами(написання й розміщення статей, прес-релізів, новин, інтерв'ю, офіційних повідомлень). Написання прес-релізів, статей на корпоративному сайті						
Знання медіа-ринку, PR послуг та маркетингу в європейських країнах						
Знання ринкової економіки та бізнесу, основи маркетингу та PR, методології PR, законодавства з реклами та інформації						
Формування та управління іміджем компанії						
Моніторинг й аналіз інформаційного простору на предмет реалізації PR-стратегії						
6. Результати навчання відповідно до ОПІ						
Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва						
Приймати обгрунтовані управлінські та технологічні рішення						
7. План вивчення освітньої компоненти						
Змістовний розділ	Вид заняття	Тема	Знати	Вміти	План заняття	Лекція, методична розробка
Розділ 1						
Паблік рилейшнз як соціальний феномен	Лекція 1	Тема 1. PR: значення, становлення, зміст.	Знати сутність, значення, етапи формування PublicRelations			
	Лекція 2	Тема 2. Специфіка PR у бізнесі	Знати специфіку PR у бізнесі; основні складові паблік рилейшнз у бізнесі			
	Лекція 3	Тема 3. Специфіка використання стереотипів поведінки людини в PR-бізнесі	Знати особливості стереотипів поведінки та їх використання в PR			
	Лекція 4	Тема 4. Робота з основними групами громадськості та ЗМІ: радіо, телебачення, преса, інформаційні агентства	Знати специфіку організації зв'язків із засобами масової інформації в контексті PR-діяльності.			
	Практичне	Тема 1. PR: значення,			Вміти визначати структуру	

	заняття 1	становлення, зміст.		PR-діяльності, загальні принципи її побудови і оцінки.		
	Практичне заняття 2	Тема 2. Специфіка PR у бізнесі		Вміти самостійно знаходити та застосовувати норми законодавства України, які забезпечують правове регулювання публік рілейшнз у бізнесі.		
	Практичне заняття 3	Тема 3. Специфіка використання стереотипів поведінки людини в PR-бізнесі		Вміти використовувати стереотипи поведінки у формуванні громадської думки та іміджу компанії		
	Практичне заняття 4	Тема 4. Робота з основними групами громадськості та ЗМІ: радіо, телебачення, преса, інформаційні агентства		Вміти використовувати прийоми створення та посилення новин; готувати документацію з PR-діяльності.		
Розділ 2						
Практика застосування PR	Лекція 5	Тема 5. PR у маркетингу.	Знати особливості PR-діяльності у сфері маркетингу			
	Лекція 6	Тема 6. PR в менеджменті	Знати особливості PR-діяльності у сфері менеджменту			
	Лекція 7	Тема 7. Специфіка PR та реклами в рамках ЗЕД та міжнародної торгівлі	Знати специфіку PR та реклами в рамках ЗЕД та міжнародної торгівлі; основні напрями міжнародних PR			
	Лекція 8	Тема 8. Антикризовий PR. Управління кризовими ситуаціями	Знати особливості та принципи PR-діяльності в кризових ситуаціях			

у комерційній сфері	Лекція 9	Тема 9. PR інформаційних продуктів. PR та Інтернет	Знати специфіку PR-заходів для інформаційних продуктів; особливості Інтернет як середовища для PR-комунікацій			
	Практичне заняття 5	Тема 5. PR у маркетингу.		Вміти використовувати різні методи та технології PR у маркетингу.		
	Практичне заняття 6	Тема 6. PR в менеджменті		Вміти використовувати різні методи та технології PR у менеджменті та фінансовій сфері.		
	Практичне заняття 7	Тема 7. Специфіка PR та реклами в рамках ЗЕД та міжнародної торгівлі		Вміти використовувати засоби PR для просування товарів на міжнародному ринку.		
	Практичне заняття 8	Тема 8. Антикризовий PR.Управління кризовими ситуаціями		Вміти працювати в кризових ситуаціях.		
	Практичне заняття 9	Тема 9. PR інформаційних продуктів. PR та Інтернет		Вміти використовувати Інтернет-технології в системі управління PR.		
			Тема 1.PR: значення, становлення, зміст.	Знати сутність, значення, етапи формування PublicRelations	Вміти визначати структуру PR-діяльності, загальні принципи її побудови і оцінки.	
		Тема 2. Специфіка PR у бізнесі	Знати специфіку PR у бізнесі; основні складові паблік рілейшнз у бізнесі	Вміти самостійно знаходити та застосовувати норми законодавства України, які забезпечують правове регулювання паблік рілейшнз у бізнесі.		
		Тема 3. Специфіка	Знати особливості	Вміти		

		використання стереотипів поведінки людини в PR-бізнесі	стереотипів поведінки та їх використання в PR	використовувати стереотипи поведінки у формуванні громадської думки та іміджу компанії		
Самостійна робота	Тема 4. Робота з основними групами громадськості та ЗМІ: радіо, телебачення, преса, інформаційні агентства	Знати специфіку організації зв'язків із засобами масової інформації в контексті PR-діяльності.	Вміти використовувати прийоми створення та посилення новин; готувати документацію з PR-діяльності.			
	Тема 5. PR у маркетингу.	Знати особливості PR-діяльності у сфері маркетингу	Вміти використовувати різні методи та технології PR у маркетингу.			
	Тема 6. PR в менеджменті	Знати особливості PR-діяльності у сфері менеджменту	Вміти використовувати різні методи та технології PR у менеджменті та фінансовій сфері.			
	Тема 7. Специфіка PR та реклами в рамках ЗЕД та міжнародної торгівлі	Знати специфіку PR та реклами в рамках ЗЕД та міжнародної торгівлі; основні напрями міжнародних PR	Вміти використовувати засоби PR для просування товарів на міжнародному ринку.			
	Тема 8. Антикризовий PR. Управління кризовими ситуаціями	Знати особливості та принципи PR-діяльності в кризових ситуаціях	Вміти працювати в кризових ситуаціях.			
	Тема 9. PR інформаційних продуктів. PR та Інтернет	Знати специфіку PR-заходів для інформаційних продуктів; особливості Інтернет як середовища для PR-комунікацій	Вміти використовувати Інтернет-технології в системі управління PR.			

8. Мова вивчення освітньої компоненти

українська

9. Інформаційне забезпечення освітньої компоненти

Яцько Н.Б. PR та маніпуляції: практичний словник. – К.: Видавець Карпенко В.М., 2013. – 472 с.

Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика: Підручник / О.В. Шевченко, А.В. Яковець. – К.: «Бізнесполіграф», 2011. – 464 с.

Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях / О.В.Курбан. – К.: Кондор-Видавництво, 2014. – 246 с.

Кендюхов О.В. Паблік рилейшнз в корпоративному брендингу: механізм управління та методологія оцінки / О.В. Кендюхов, К.Ю. Янгельська. – Донецьк, 2010. – 225 с.

Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

Щедрина О.І. Інтернет-технології в бізнесі : навч. посіб. / О.І.Щедрина, М.М. Агутін. – К. : КНЕУ, 2012. – 303 с.

10. Методи оцінювання, підсумкові звітності за освітньою компонентою

Поточний контроль – тестові завдання та завдання, які потребують розгорнутої відповіді.

Семестровий контроль – іспит.

11. Матеріально-технічне забезпечення освітньої компоненти

Для проведення практичних занять з метою формування загальних та фахових компетенцій використовується спеціалізована лабораторія «Віртуальний офіс», яка оснащена сучасними комп'ютерами та ліцензійним програмним забезпеченням.