

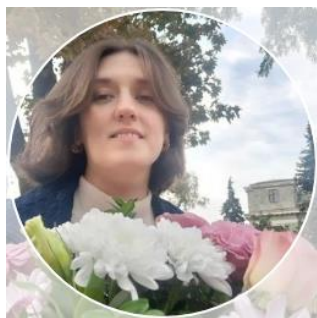
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Зв'язки з громадськістю в бізнесі»



Ступінь освіти	Бакалавр
Освітня програма	Всі (кім ОПП «Публічне управління та адміністрування»
Тривалість викладання	9,10 чверті
Заняття:	Осінній семестр
лекції:	2 години
практичні заняття:	1 година
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Мова викладання	Українська

Кафедра, що викладає Прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3085>



Викладачі:

Романюк Наталя Миколаївна
к.е.н., доцент кафедри ПЕПта ПУ

Персональна сторінка

<https://pe.nmu.org.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi/romanyuk/romanyuk.php>

E-mail: Romaniuk.n.m@nmu.one

1. Анотація до курсу

Дисципліна «Зв'язки з громадськістю та техніка проведення презентацій» входить до складу обов'язкових дисциплін спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» 28 галузі знань «Публічне управління та адміністрування». Вона присвячена вивченню основних теорій, принципів та функції public relations, напрямів та методів, каналів та форма здійснення зв'язків з громадськістю в бізнесі. В курсі розглядаються сучасні підходи до планування та оцінювання ефективності PR-компаній. Визначається роль PR в економічній та соціокультурній сферах, в політичному житті суспільства та на міжнародному рівні. Розглядаються принципи управління PR-компаніями підприємств у кризових умовах, основні вимоги та етапи підготовки презентацій, культура оратора.

2. Мета та завдання курсу

Мета дисципліни – формування компетентностей з теорії та практики зв'язків із громадськістю в бізнесі, усвідомлення їх ролі у суспільно-політичному процесі, задля налагодження комунікацій між організацією і громадськістю та формування у здобувачів активної громадської позиції.

Завдання курсу:

- ознайомити здобувачів вищої освіти з видами, функціями та принципами public relations;
- вивчити особливості різних напрямів та методів зв'язків з громадськістю в бізнесі;
- закріпити знання та навички створення публісیتی, вибору каналів та методів зв'язків з громадськістю в бізнесі;
- навчити здобувачів вищої освіти планувати бюджет PR-компанії та оцінювати її ефективність;
- набути практичного досвіду створення ефективних презентації та публічних виступів;
- опанувати культуру оратора та вміти розпізнавати помилки спікерів.

3. Результати навчання

Основні результати навчання:

- Знати поняття та сутність зв'язків з громадськістю, розуміти функції public relations.
- Характеризувати та застосовувати на практиці методи зв'язків з громадськістю.
- Визначати PR у формуванні іміджу організації, обґрунтовувати вибір каналів та форм здійснення зв'язків з громадськістю.
- Планувати PR-компанії та оцінювати їх ефективність.
- Визначати роль PR у різних сферах суспільного життя, управляти PR у кризових ситуаціях.
- Характеризувати етапи підготовки презентацій, оцінювати їх ефективність, визначати основні помилки оратора, виступати публічно.

4. Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

1 Зв'язки з громадськістю: сутність та теорії.

Принципи і функції public relations.

Основні теорії public relations.

PR-відділ організації.

2 Напрями та методи зв'язків з громадськістю в бізнесі

Інформація в системі зв'язків з громадськістю.

Вербальні комунікації: основні характеристики та типологізація.

Невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю

Подієва комунікація в системі зв'язків з громадськістю

3 Канали та форми здійснення зв'язків з громадськістю в бізнесі

Засоби масової інформації як інструмент PR

Пабліситі як засіб комунікації з громадськістю

Роль PR у формуванні іміджу організації

Основні форми та засоби взаємодії PR та ЗМІ.

4 Планування в PR

Стратегічне планування в PR

Види тактичного планування в PR

Планування бюджету PR-компанії

Оцінка ефективності PR-компанії

5 Зв'язки з громадськістю в сучасному суспільстві

PR у сфері економіки.

Зв'язки з громадськістю в політичному житті суспільства.

PR у соціокультурній сфері.

Міжнародні PR.

Управління PR у кризових ситуаціях

6 Публічні виступи та презентації

Презентація як засіб представлення навчальних матеріалів

Етапи підготовки презентацій.

Основні вимоги до написання тексту презентацій

Культура оратора

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

1 Зв'язки з громадськістю: сутність та теорії

Обговорення основних функцій і задач PR-відділу організації. Ділова командна гра

2 Напрями та методи зв'язків з громадськістю в бізнесі

Обговорення особливостей різних методів зв'язків з громадськістю. Ділова командна гра.

3 Канали та форми здійснення зв'язків з громадськістю в бізнесі

Створення та презентація власних пабліситі. Кейс «Комунікація із ЗМІ».

4 Планування в PR

Визначення факторів, що впливають на ефективність PR-компанії. Кейс «Ефективна PR-компанія».

5 Зв'язки з громадськістю в сучасному суспільстві

Обговорення ролі PR у різних сферах суспільного життя. Ділова командна гра

6 Публічні виступи та презентації

Формування власних презентацій та публічні виступи. Презентації студентів.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

Мультимедійні засоби навчання.

Обов'язкова наявність у студентів на заняттях смартфона (планшет або ноутбук) з можливістю доступу до Інтернет через Wi-Fi або послугу оператора мобільного зв'язку.

Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365. Додатки MS TEAMS та MOODLE інсталювані на смартфон та/або ноутбук.

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
74 – 89	добре
60 – 73	задовільно
0 – 59	незадовільно

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати **підсумкову оцінку** з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного оцінювання та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Максимальне оцінювання:

Теоретична частина	Практична частина		Бонус	Разом
	При своєчасному складанні	При несвоєчасному складанні		
24	66	35	10	100

Практичні завдання складаються із ситуаційних завдань, кейсів та індивідуальних завдань за темами лекцій.

Теоретична частина оцінюється за результатами білету, який містить 2 питання. Кожне питання, за умови вичерпної відповіді, оцінюється по 12 балів. Робота повинна містити розгорнуті відповіді на два питання білету із наведенням прикладів. Якщо робота виконується у дистанційному режимі, то видача номеру білету проходить через Офіс365 у створеній викладачем групі спілкування. В такому режимі виконана робота відсилається на Офіс365 впродовж встановленого викладачем часу. Бонусні бали студенти можуть отримати за активність (відповіді на додаткові питання, підготовка та доповідь додаткових індивідуальних робіт, підготовка доповідей на конференції) протягом всього курсу.

Якщо набрана кількість балів з поточного оцінювання та самостійної роботи складатиме менше 60 балів, студент має здати залік згідно розкладу. Він отримує білет, що включає теоретичні питання та практичне завдання, які охоплюють всі теми дисципліни.

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням "Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті "Дніпровська політехніка". http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може опротестувати виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, академічна мобільність, які необхідно підтверджувати документами. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту.

За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням з керівником курсу.

8 Рекомендовані джерела інформації

- 1 Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз. К.: Академвидав, 2007. 240 с.
- 2 Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: Навчальний посібник. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с. ULR: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/419/1/PR_Tikhomirova.pdf
- 3 Коник Д. Стратегічні комунікації: посібник для державних службовців. Київ : ТОВ "Обнова компанії", 2016. 256 с

4 Лі Річ Міфі про PR / пер. з англ. І. Семенюк. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 272 с.

5 Тихомирова Є., Карпчук Н. Зв'язки з громадськістю: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2012. 274 с.

6 Гримська М. І. Зв'язки з громадськістю: підруч. для студентів ВНЗ. Харків: Фоліо, 2015. 412с.

7 Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навч. посіб. [для студентів ВНЗ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ: КНТЕУ, 2016. 283 с.

8 Холод О. М. Спічрайтинг : курс лекцій. К.: КиМУ, 2011. 137 с. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4235/1/%2B%20%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%20%D0%9E.%D0%9C.%20%D0%A1%D0%BF%D1%96%D1%87%D1%80%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20-%20%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9%20-%20%D0%9A.%20%D0%9A%D0%B8%D0%9C%D0%A3%2C%202011.%20-%20137%20%D1%81..pdf>

9 Андерсон К. Успішні виступи на ted: рецепти найкращих спікерів. 2-го видання. Пер. з англ. О. Асташова. К. : Наш формат, 2017. 256 с.

10 Карпчук Н.П. Оцінка ефективності комунікаційних заходів: досвід ЄС. Міжнародні відносини Серія «Політичні науки» (спецвипуск). 2017. № 17. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3339