АНОТАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ПАБЛІК РІЛЕЙШИНЗ»

Дисципліна вільного вибору студента
Цикл професійної та практичної підготовки

Предмет навчальної дисципліни

Предметом навчальної дисципліни є система зв'язків з громадськістю.

Мета начальної дисципліни

Мета начальної дисципліни: ознайомлення студентів із сутністю, природою, тактикою та стратегією паблік рілейшинз, їх комунікативними основами і практикою в різних сферах діяльності, роллю у забезпеченні функціонування фірми (організації).

Основні завдання

Основні завдання навчальної дисципліни: дослідити природу формування громадської думки та можливості впливу на неї; дослідити значення паблік рілейшинз у забезпеченні успішного функціонування підприємств (організацій, фірм); сформувати у студентів фахові знання про сутність та природу зв'язків із громадськістю, їхню роль у соціальних процесах; виробити навички взаємодії із різними сегментами громадськості в ході реалізації ПР-кампаній.

Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі підготовки бакалаврів

Дисципліна вивчається після навчальних дисциплін: «Політична економія», «Мікроекономіка», «Вступ до фаху» та передує вивченню навчальних дисциплін: «Фінанси суб'єктів господарювання», «Корпоративна соціальна відповідальність», «Менеджмент», «Комунікації в управлінні фінансами», «Маркетинг».

Вимоги до знань і умінь:

а) знати: предмет та завдання навчальної дисципліни «Паблік рілейшинз», подібність та відмінність із суміжними дисциплінами – маркетингом, пропагандою, рекламою, журналістикою; історію та етапи становлення зв'язків з громадськістю як соціальної практики та навчальної дисципліни; суть та структуру системи масових комунікацій, роль стратегічного планування у їх функціонуванні; основні організаційні форми у сфері ПР; правові умови та етичні засади ПР-діяльності; матеріально-технічне і фінансове забезпечення ПР-діяльності; особливості ПР у політиці, економіці, а також у соціальній та фінансовій сфері; специфіку реалізації завдань паблік рілейшинз; головні PR-інструменти; технологію планування ПР-кампаній; шляхи формування позитивного та ефективного іміджу.

б) уміти: застосовувати сучасні методи ПР; володіти навичками публічного виступу; планувати ПР-кампанії та розробляти заходи паблік рілейшинз із використанням сучасних комунікативних та інформаційних технологій; розробляти ПР-заходи для формування позитивного іміджу підприємства, створення довготривалих партнерських відносин між суб'єктами ринку; аналізувати наслідки проведення ПР-кампаній для використання їх результатів у системі управління ринковою діяльністю підприємства.

Зміст навчальної дисципліни за темами

Тема 1. Паблік рілейшинз як сфера професійної діяльності.
Тема 2. Засоби реалізації завдань паблік рілейшинз.
Тема 3. Організація роботи в паблік рілейшинз.
Тема 4. Паблік рілейшинз в економічній та фінансовій сферах.
Тема 5. Паблік рілейшинз в політичній та соціальній сферах.
Тема 6. Тактики паблік рілейшинз.
Тема 7. Псевдотехнології паблік рілейшинз та протидія їм.
Тема 8. Формування персоніфікованого іміджу як фактор успіху паблік рілейшинз.

Кафедра: економіки та менеджменту.
Мова викладання: українська.
Форми організації навчального процесу: лекції, практичні/семінарські заняття.
Форма підсумкового контролю: залік.
Викладачі, які забезпечують навчальний процес: доцент, к.е.н. Завальницька Н.Б.

Рекомендована література:

1. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Программы-консультанты. – СПб.: Бизнес-пресса, 2007. – 406с.
2. Емельянов С. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. – СПб.: Питер, 2006. – 240с.
3. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. Практикум. – М.: Академический проект / Трикса, 2006. – 192с.
4. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. – М.: Академический проект, 2007 – 432с.
5. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз.Учебное пособие. - М.: Рефл-бук / К.: Ваклер, 2000. - 528с.
6. Кодекс професійної етики Української Асоціації зі зв'язків із громадськістю (UAPR)// Режим доступу: http: //www.uapr.com.ua/cgi-bin/p.cgi?a= artful&prid=183&m=,&l=6&lng=ua&x=3,234.
7. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: наукові основи, методика, практика: Підручник / В. Г. Королько. – К.: Скарби, 2001. – 400 с.
8. Кралюк П. PR в українській історії. Специфіка «зв'язків із громадськістю» в давньоруський період // День. – 2003. – №197, 1 листопада //Режим доступу http://www.day.kiev.ua/38951/.
9. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С. Теория и практика связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2006. – 240с.
10. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 300с.
11. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. / Т. І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2000. – 380 с.
12. Мойсеєв В. А. Паблік рилейшнз / В. А. Мойсеєв. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.
13. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: Рефл-Бук /Ваклер, 2005. – 640с.
14. Ротовский А.А. Системный PR. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 256с.
15. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика. Учебное пособие /под ред. Данилина В.В., Луканиной М.В., Минаевой Л.В., Салиевой А.К. – М.: Аспект-Пресс, 2006. – 288с.
16. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. - СПб.: Алетейя, 2001. – 304с.
17. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. Учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – 552с.
18. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: Связи с общественностью. – М.: Академический проект, 2005. – 303с.