



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Паблік рилейшнз

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Хороших Вікторія Валеріївна

к.держ.упр., доцент

khoroshykh.v@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3

кредити ЄКТС
(90 годин)

32

годин контактна робота з
викладачем (16 годин лекцій;
16 годин семінарських занять)

58

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший
бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

екзамен

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисципліни базується на успішному опануванні знань, в першу чергу, таких дисциплін, як «Теоретичні основи маркетингу», «Маркетинг» та інших дисциплін, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідної спеціальності, цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів знань та навичок щодо здійснення загально-професійної і фахової підготовки за основними напрямками діяльності (інформаційно-творчої, соціально-психологічної, інформаційно-комунікаційної, інформаційно-управлінської, аналітичної, культурної, інформаційно-соціологічної, науково-дослідної), забезпечення засвоєння теорії та практики паблік рилейшнз

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Теоретичні положення та методичні основи ПР

- Тема 1.** Еволюція розвитку паблік рилейшнз.
- Тема 2.** Значення, проблематика і сутність паблік рилейшнз на сучасному етапі.
- Тема 3.** Правила і функції паблік рилейшнз.

Модуль 2. Паблік рилейшнз у комунікативній політиці підприємств

- Тема 4.** Громадськість і громадська думка у ПР – діяльності.
- Тема 5.** Паблік рилейшнз як складова комунікаційної політики підприємства.
- Тема 6.** ПР – інструментарій: сутність і класифікація.

Модуль 3. Комплексний підхід до паблік рилейшнз

- Тема 7.** Комплексна маркетингова система паблік рилейшнз – потенціалу.
- Тема 8.** Необхідність і значення стратегічного ПР – управління.
- Тема 9.** Розробка ПР - стратегії в залежності від позиції іміджу підприємства.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;
- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень



Донецький державний університет управління

- невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень;
- пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
 - діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 55 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 21 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 18 балів
- Виконання індивідуальних завдань – ~ 6 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз [Текст] : навч. посібник / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2000. – 506 с.
3. Королько В. Г. Паблік рилейшз. Наукові основи, методика, практика [Текст] : підручник / В. Г. Королько. – [2-ге вид., доповн.]. – К. : Скарби, 2001. – 400 с.
3. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління [Текст] : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – 104 с.
4. Моисеев В. А. Паблік рилейшнз - средство социальной коммуникации. Теория и практика [Текст] / В. А. Моисеев. – К. : Дакор, 2002. – 506 с

Англомовні видання:

1. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p.
2. Philip Kotler, Veronika Wong, John Saunders. Principles of Marketing. London. 2007. 1199 p.
3. Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. Marketing Management, 12th ed. Pearson Prentice Hall. 2009. 814 p.

Інтернет джерела:

1. Паблік рилейшнз [Електронний ресурс] : консп. лекцій. - Тернопіль : ТНЕУ, 2011. - 189 с. - Режим доступу : [http://library.tneu.edu.ua/images/stories/predmety/літп/паблік%20рллейшенз%20\(pr\)/pr_all.pdf](http://library.tneu.edu.ua/images/stories/predmety/літп/паблік%20рллейшенз%20(pr)/pr_all.pdf)
2. Навчально-методичний комплекс "PR – технології в управлінні" К.-2016. Режим доступу : <https://www.sworld.com.ua>