

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

заступник ректора ХНАДУ

професор _____ Гладкий І.П.

“ ___ ” _____ 20__ року

ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

Паблік рілейшнз

(назва навчальної дисципліни згідно навчального плану)

підготовки

бакалавр

(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

галузі знань

0305 «Економіка та підприємництво»

(шифр і назва галузі знань)

напряму підготовки

6.030504 «Економіка підприємства»

(шифр і назва напряму підготовки)

кваліфікації¹

бакалавр з економіки підприємства

(шифр і назва кваліфікації для бакалавра, спеціальності - для магістра)

(шифр _____)

(за ОПІ чи № навчального плану)

2016 рік

¹ якщо програма використовується для підготовки фахівців декількох напрямів підготовки (спеціальностей) то перерахувати усі.

Розроблено та внесено: кафедрою економіки підприємства
(повне найменування кафедри)

Розробники програми: доцент кафедри економіки підприємства, к.е.н., доцент
Блага В.В.
(посада, науковий ступінь, вчене звання, ПІБ розробників)

Обговорено та рекомендовано до затвердження на засіданні кафедри
Протокол № 1 від "30" вересня 2016 р.
(номер) (та дата протоколу)

Т.в.о. завідуючого кафедрою доц. _____ Бабайлов В.К.
(науковий ступінь, вчене звання) (підпис) (ПІБ завідувача кафедри)

“Узгоджено”

Декан _____ факультету управління та бізнесу
(повна назва факультету, де читається дисципліна)

професор _____ Дмитрієв І.А.
(вчене звання) (підпис) (ПІБ декана)

“ ” _____ 20 _____ року
(день) (місяць) (рік)

© _____, 2016 рік
© _____, 2016 рік

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни “Паблік рилейшнз” складена відповідно до освітньо-кваліфікаційної характеристики та навчального плану підготовки бакалаврів напряму “Економіка підприємства”

1. Мета, предмет та завдання навчальної дисципліни

1.1. **Метою** вивчення навчальної дисципліни є отримання студентами базових уявлень про роль зав’язків з громадськістю в сучасному громадянському суспільстві, формування у них уявлення про зв’язок з громадськістю (PR/ паблік рилейшнз) як діяльності, яка регулює соціальні процеси, і як засобу, який розв’язує або пом’якшує соціальні, політичні, економічні кризові ситуації.

1.2. **Предметом** вивчення навчальної дисципліни є методологія і методика взаємовідносин організації або особи, з одного боку, та суспільства – з іншого.

1.3. **Основними завданнями** вивчення навчальної дисципліни є формування у студентів знань щодо аналізу настрою громадськості, гармонізації політики організації або особи із суспільними інтересами і реалізації програми дій, спрямованої на досягнення громадського розуміння та схвалення.

1.4. По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні:

знати:

- основні поняття і категорії паблік рилейшнз;
- предметні сфери, інститути і технології паблік рилейшнз;
- основні підходи до типології груп громадськості;
- психологічні механізми формування громадської думки;
- методи впливу паблік рилейшнз на громадську думку;
- методи вивчення громадської думки;
- основні складові стратегічного плану PR-програми;
- теорію управління процесом паблік рилейшнз;
- основні принципи антикризового паблік рилейшнз;.
- основні аспекти таких PR-технологій як лобіювання та виборча

кампанія.

вміти:

- охарактеризувати основні моделі PR- діяльності з визначенням переваг і недоліків кожної з них;

- обґрунтовувати вибір контактних груп, робота з якими необхідна для інформування і комунікативного забезпечення реалізації проектів і програм в сфері політики і ділової активності;
- формувати інформаційні очікування різних контактних груп;
- здійснювати вибір необхідних каналів комунікації з конкретними контактними групами, засобами масової інформації;
- організовувати і проводити комунікаційні заходи: прес-конференції, брифінги, презентації, круглі столи;
- складати інформаційні матеріали: прес-реліз, вітання, медіа-карту, матеріал для публікації в пресі.

Міждисциплінарні зв'язки: Вивчення дисципліни базується на знаннях економіки підприємства, маркетингу, інвестуванні, менеджменту, внутрішньому економічному механізмі підприємства.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна (дистанційна) форма навчання ²
Кількість кредитів - <u>3</u> Кількість годин - <u>108</u>	<u>за вибором студента</u> (нормативна, за вибором ВНЗ, за вибором студента)	
Семестр викладання дисципліни	<u>7</u> (порядковий номер семестру)	<u>9</u> (порядковий номер семестру)
Вид контролю:	<u>залік</u> (залік, екзамен)	
Розподіл часу:		
- лекції (годин)	<u>16</u>	<u>14</u>
- практичні, семінарські (годин)	<u>16</u>	<u>4</u>
- лабораторні роботи (годин)	—	—
- самостійна робота студентів (годин)	<u>76</u>	<u>90</u>
- курсовий проект (годин)	—	—
- курсова робота (годин)	—	—
- розрахунково-графічна робота (контрольна робота)	—	+

² Якщо дисципліна на заочній (дистанційній) формі навчання не викладається, то графа "заочна форма навчання" відсутня.

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розділ 1. Основи паблік рілейшнз

Тема 1. Інтегровані комунікації (реклама і зв'язки з громадськістю)

Тема 2. Основні організаційні структури в рекламі та зв'язках із громадськістю

Тема 3. Сучасний фахівець з реклами та зв'язків з громадськістю

Розділ 2. Зв'язки з громадськістю в промисловості, комерційній діяльності, у фінансовій сфері. Корпоративний імідж

Тема 4. PR-комунікації

Тема 5. Рекламна комунікація

Тема 6. Регулювання діяльності у сфері реклами та зв'язків з громадськістю

Розділ 3. Зв'язки з громадськістю та відносини з державою. Політичні зв'язки з громадськістю. Міжнародні зв'язки з громадськістю

Тема 7. Об'єднання фахівців та професійні видання в галузі реклами та зв'язків з громадськістю

Тема 8. Комунікація як основа діяльності фахівця в галузі реклами та зв'язків з громадськістю

3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Основна література

1. Балабанова Л.В. Паблік рілейшнз: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, К.В. Савельєва. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528 с.
2. Росситер Дж.Р. Реклама и продвижение товаров: учеб. пособ. / Дж.Р. Росситер, Л. Перси. – СПб.: Питер, 2001. – 656 с.
3. Владимирська А. Реклама: навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К.: Кондор, 2009. – 334 с.
4. Уэллс У. Реклама: принципы и практика: учеб. пособ. / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001. – 736 с.

Додаткова література

5. Королько В. Связи с общественностью. Научные основы. Методика. Практика: учеб. пособ. / В. Королько, О. Некрасова. – К.: Києво-Могилянська Академія, 2013. – 868 с.
6. Синяева И. М. PR в сфере коммерции: учеб. пособ. / И. М. Синяева. – К.: НИЦ Инфра-М., 2013. – 298 с.
7. Коваленко М.Ю. Психология рекламы и PR: учебник для бакалавриата и магистратуры / М.Ю. Коваленко, М.И. Ясин. – М.:Издательство Юрайт., 2015. – 399 с.
8. Баранов Д.Е. PR: теория и практика: учеб. пособ. / Д.Е. Баранов. – М.: МФПУ «Синергия», 2013. – 352 с.

Інформаційні ресурси

9. [Електронний ресурс]. Методичні вказівки щодо змісту та організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю)» – Режим доступу: <http://files.khadi.kharkov.ua/avtomobilnij-fakultet/detalej-mashin-i-tmm/itemlist/user/12290-кафеп.html?start=350>.
10. [Електронний ресурс]. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю)» – Режим доступу: <http://files.khadi.kharkov.ua/avtomobilnij-fakultet/detalej-mashin-i-tmm/itemlist/user/12290-кафеп.html?start=410>.
11. [Електронний ресурс]. Конспект лекцій з дисципліни «Паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю)» – Режим доступу: <http://files.khadi.kharkov.ua/avtomobilnij-fakultet/detalej-mashin-i-tmm/itemlist/user/12290-кафеп.html?start=430>.
12. [Електронний ресурс]. Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з дисципліни «Паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю)» – Режим доступу: <http://files.khadi.kharkov.ua/avtomobilnij-fakultet/detalej-mashin-i-tmm/itemlist/user/12290-кафеп.html?start=490>.

4. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

поточні тестові контрольні роботи, семестрова тестова контрольна робота

(перелік засобів контролю успішності навчання студентів, які застосовуються: тести, екзаменаційні білети, тощо)

Розробники програми: доцент кафедри економіки підприємства, к.е.н., доцент
Блага В.В.

(посада, науковий ступінь, вчене звання, ПІБ розробників)

Примітки:

1. Програма навчальної дисципліни визначає її місце і значення у процесі формування фахівця, її загальний зміст, знання та уміння, які набуває студент у результаті вивчення дисципліни. Програма навчальної дисципліни містить у собі дані про обсяг дисципліни (у годинах та кредитах), перелік тем та видів занять, дані про підсумковий контроль тощо.

2. Програма навчальної дисципліни розробляється відповідною кафедрою у 2-х екземплярах на 5 років і затверджується до 30 серпня: 1 екземпляр – у навчальний відділ; 2-екземпляр залишається на кафедрі.

Форма в редакції ХНАДУ затверджена наказом ректора за № ___ від __.06.2015 р.