

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет історії, політології і міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

PR-менеджмент в міжнародному бізнесі

Освітня програма Управління міжнародним бізнесом

Спеціалізація (за наявності) _____

Спеціальність 073 Менеджмент

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № __ від “ _____ ” 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу (зразок)
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу (зразок)
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	PR-менеджмент в міжнародному бізнесі
Освітня програма	Управління міжнародним бізнесом
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Освітній рівень	магістр
Статус дисципліни	вибіркова
Курс / семестр	1/1
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 6 год. Семінарські заняття – 4 год. Самостійна робота – 80 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?

2. Опис дисципліни

Мета та цілі курсу (в межах мети на цілей ОП)

Метою вивчення дисципліни «PR-менеджмент в міжнародному бізнесі» є ознайомлення студентів з природою, методами та стратегією паблік рілейшнз, їх комунікативними основами і практикою в різних сферах діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу.

Завданням вивчення дисципліни є вивчення концепції PR як одного з важливих елементів сучасного цивілізованого соціального механізму, що органічно впливає на ефективність соціально-політичної та комерційної діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу, розкриття ролі та місця PR в організації діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу на основних етапах становлення його діяльності, вибір оптимальних форм практичного використання інструментів PR, презентацій, круглих столів, прес-конференцій тощо в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу і т.д;

Компетентності (мають співпадати з матрицею ОП):

- ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- СК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;
- СК13. Здатність самоорганізовуватися в складних, непередбачуваних, в тому числі кризових ситуаціях та приймати швидкі та обґрунтовані управлінські рішення;

Програмні результати навчання (мають співпадати з матрицею ОП):

- ПРН 8. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією;
- ПРН 15. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації з представниками міжнародного бізнесу іноземною мовою в.т.ч. через використання on-line платформ, володіючи знаннями діджиталізації та основ кібербезпеки;

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	PR в сучасному інформаційному світі.	Еволюція концепцій PR, сучасний стан. Комуникативні основи PR. PR як інститут управління, складова державно-управлінської діяльності. Види та рівні паблік рилейшинз. PR і споріднені з ними види діяльності. Прес-посередництво. Реклама. Маркетинг. Пабліситі. Функції та завдання PR. Два аспекти PR-менеджменту: PR як невід'ємна частина ефективного управління; менеджмент паблік рилейшинз. Історія PR як професійної сфери діяльності, її особливості в світі та Україні. Ресурс фахівців сучасного українського PR-ринку. Технологія планування професійної кар'єри в індустрії PR. Спеціалісти, що забезпечують PR-менеджмент. Професії, що забезпечують комунікаційний процес: прес-секретар, спічрайтер, PR-менеджер, іміджмейкер, переговорник, лобіст, медіапланер, кліпмейкер, бренд-менеджер тощо.	Тести, питання, кейси
2.	Зміст та інструментарій PR	Складання прес-листа. Зміст PR-повідомлення. Пресс-реліз. Папір, колір і шрифти прес-релізу. Структура, зміст і мова прес-релізу. Фотографії, підписи та інші супровідні матеріали. Інфографіка. Канали поширення прес-релізів. Пошта, факс, електронна пошта, телефонні домовленості. Види ЗМІ. Газети, журнали та інша преса. Радіо. Телебачення. Організація прес-конференцій. Планування прес-конференції. Послідовність проведення. Вибір місця проведення. Вибір виступаючих. Вибір запрошених. Спілкування з аудиторією.	Тести, питання, кейси
3.	Нові медіа і цифровий PR	Стратегія успіху цифрових медіа. Сайт організації. Правила створення і наповнення сайту. Текстова оптимізація (SEO) в інтернеті. Маркетинг в соціальних мережах (SMM). Історія становлення та платформи SMM. Принципи просування SMM. Методики просування у соціальних мережах. Сторінка бренду. Спільнота бренду. Робота з блогосферою. Репутаційний менеджмент. Персональний брендинг. Social Media Optimization (SMO). Нестандартне SMM. Оформлення PR-повідомлень. Контент. Пост (допис). Правила оформлення допису. Структура і розмір допису. Зміст допису.	Тести, питання, кейси
4.	Планування PR-діяльності	Стратегічне планування в паблік рилейшинз. Найпоширеніші в PR види стратегій та стадії стратегічного планування. Календар як хроніка роботи організації. PEST- і SWOT-аналізи. Орієнтовний перелік матеріалів, які допоможуть ситуаційному аналізу організації.	Тести, питання, кейси

		Розробка PR-програми як тактика реалізації стратегічного плану організації. Класична формула планування, проведення та оцінки PR-проектів – RACE: R – Research (дослідження: аналіз та постановка завдання), A – Action (дія: розробка програми та кошторису), C – Communication (спілкування: реалізація програми інформаційно- комунікаційними засобами), E – Evaluation (оцінка: визначення результатів та внесення коректив у програму). Медіапланування у PR-менеджменті	
5.	Економічне забезпечення PR-менеджменту	Ресурси PR-менеджменту: людські, матеріальні, організаційні. PR-діяльність як інвестиційний проект. Фінансовий бюджет PR-менеджменту. Методи складання бюджету. Формування бюджету PR-підрозділу і окремого PR-проекта. Особливості складання бюджетів PR-відділу і PR-фірми. Чотири складові PR-бюджету: затрати на оплату праці, офісні накладні витрати, витрати на матеріали, витрати на інше. Розрахунок витрат. Орієнтовна модель бюджету PR-структури. Економія PR-витрат без шкоди для ефективності і використання альтернативних каналів комунікації. Бізнес-план.	Тести, питання, кейси
6	Організація PR-діяльності та оцінка її ефективності	PR-підрозділи у функціональній структурі організації. Функціональний принцип побудови PR-відділу. PR-асистент, PR-спеціаліст, PR-менеджер, PR-керівник та їх кваліфікаційні характеристики та компетенція. Розрахунок чисельності PR-фахівців, необхідних для реалізації PR-проекту. Три групи параметрів оцінки PR-кампанії: економічна оцінка як виправдання бюджетних витрат на PR; оцінка ефективності як досягнення бажаних ефектів PR-комунікації; оцінка якості як визначення відповідності PR-рішення ситуації замовника і професійних вимог.	Тести, питання, кейси

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	
Практичні заняття	40
Самостійна робота	10
Індивідуальне завдання	-
Залік/Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Шкали оцінювання		
Університетська	Національна	Шкала ECTS
90-100	Зараховано	A
80-89		B
70-79		C
60-69		D
50-59		E
26-49	Незараховано	FX
1-25		F

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																Разом		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			
Лекції		2	2	2															
Практичні з-тя			2	2														40	
Самостійна р-та																		10	
Індивідуальні завдання																			
Залік /Екзамен																		50	50
Всього за тиж-нь																		100	100

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
Література:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Катліп С. Паблік рілейшнз. Теорія і практика. М.: Вільямс, 2003. 624 с. 2. Моїсеєв В.А. Паблік рілейшнз: Теорія і практика. М.: Омега-Л, 2001. 170 с. 3. Слісаренко, І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посібник. К. : МАУП, 2001. 104 с. 4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. К. : “Центр учбової літератури”, 2013. 202 с. 5. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. К. : НМЦВО, 2001. 560 с. 6. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. К. : Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. 7. Романовський О. Г., Серета Н. В., Воробйова Є. В. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ “ХПІ”, 2015. 176 с. 8. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика : підручник. К. : Бізнесполіграф, 2011. 464 с. 9. Маркіна І.А. Менеджмент організацій : навч. посібник.. К. : Центр учб. л- 	

ри, 2013. 248 с

10. Grunig J.E., Hunt T. Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart and Winston. 1984. 550 pp.

11. Fortunato J. A. Making media content: the influence of constituency groups on mass media / John A. Fortunato. – Mahwah, NJ:Lawrence Erlbaum Associates, 2005. – 232 p.

12. Cunnigham Tymothy. Strategic Communication in the New Media Sphere [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.dtic.mil/cgi.bin/GetTRDoc?AD=ADA530468?](http://www.dtic.mil/cgi.bin/GetTRDoc?AD=ADA530468)

13. McNair, B. PR must die: Spin, anti.spin and political public relations in the UK, 1997—2004 // Journalism Studies, 5 (3), 2005. — Pp. 325—338.

14. Raupp Juliana. Organizational Communication in a Networked Public Sphere // Communication & Society. — 6 (2), 2011. — Pp. 143—168.

15. Wilcox, Dennis L. The Landscape of Today's Global Public Relations [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/55444/64576

Допоміжна

1. Джефкінс Ф. Паблік рилейшнз / Джефкінс Ф., Ядин Д. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 586 с.
2. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник / В.Г. Королько, О.В. Некрасова. – 3-тє вид. доп. і перероб. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
3. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера / Я. Мейтленд. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 176 с.
4. Мойсєєв В.А. Паблік рилейшнз: Навч. посібник. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.
5. Ньюсом Д. Все о PR. Теория и практика паблік рилейшнз / Ньюсом Д., Ван-Слайк Д.-Т., Крукеберг Д: Пер. с англ. – М., 2001.
6. Паблік рилейшнз. Связи с общественностью в бизнесе / Э. А. Уткин, А. А. Хуриев, В. А. Бочкарев, И. М. Ефремова. – М., 1999. – 351 с.
7. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
8. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / Чумиков А.Н., Бочаров М.П. – М., Дело, 2010. – 560с.
9. Шевченко О.В. PR: теорія і практика. Підручник / Шевченко О.В., Яковець А.В. – К.: Бізнесполіграф, 2011. – 464с.
10. Шевченко О.В. Основи PR-практики (прикладний аспект): Посібник / О.В.Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2007. – 157 с

7. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин вул. Чорновола, 1 (0342) 75-20-27 http://kmev.pnu.edu.ua kaf_mev@pnu.edu.ua
Викладач (і) Гостьові лектори	
Контактна інформація викладача	+380971157948

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	Неприпустимі плагіат та списування.
Пропуски занять (відпрацювання)	Обов'язковим для отримання позитивної оцінки є відвідування більш 50% занять та виконання самостійної роботи. Пропуски практичних занять відпрацьовуються наступним чином: опрацювання теми, а також виконання завдання із теми.
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (- 50% від відповідної кількості балів), проте студент не обмежений у досягненні конкретного балу і завжди може його отримати за допомогою отримання додаткових завдань.
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття розглядається є підставою для зниження оцінки студента та направлення звернення до куратора академічної групи.
Додаткові бали	-
Неформальна освіта	Результати неформальної освіти враховуються під час оцінювання студентів, як в розрізі конкретних тем, так і самостійної роботи. Підставою для зарахування результатів неформальної освіти виступає наданий валідний сертифікат. <u>Рекомендовані платформи:</u> Coursera EdX Prometheus

	EdEra EduHub TED
--	------------------------

Викладач Серняк І.І.