

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
Кафедра економіки і підприємництва

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Декан економічного факультету  
*Сержанов В.В./*  
«*01*» *червня* 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
Паблік рілейшнз

Рівень вищої освіти:	Перший, бакалаврський
Галузь знань:	07 Управління та адміністрування
Спеціальність:	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітні програми:	Міжнародна комерція
Статус дисципліни:	обов'язкова
Мова:	Українська

Робоча програма з дисципліни «Паблік рілейшнз» для студентів за напрямом підготовки 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність - Міжнародна комерція

„27” травня, 2021 року

Розробники: Завадяк Р.І, к.е.н, доцент

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри економіки і підприємництва

протокол № 9 від «27» травня 2021 р.

Завідувач кафедри  Мікловда В.П.

Схвалено науково-методичною комісією \_\_\_\_\_ факультету

протокол № 6 від «01» червня 2021 р.

Голова науково-методичної комісії  Шуліко А.О.

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
<i>Кількість кредитів: 5</i>	Галузь знань 07 Управління та адміністрування	Вибіркова дисципліна	
	Напрямок підготовки : 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність		
Модулів – 11	Спеціальність (професійне спрямування):  «Міжнародна комерція»	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин:		2-й	2-й
денна форма - 150 заочна форма – 150		<b>Лекції</b>	
Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 4  самостійної роботи студента – 128	Освітньо-кваліфікаційний рівень:  <b>Бакалавр</b>	38 год.	14 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		36 год.	8 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		–	–
		<b>Самостійна робота</b>	
		76 год.	128год.
		<b>Індивідуальні завдання: –</b>	
		Вид контролю: <b>екзамен</b>	

## 2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Кінцева мета навчальної дисципліни «Паблік рілейшнз» впливає із цілей освітньо-професійної програми підготовки випускників вищого навчального закладу та визначається змістом тих системних знань і вмінь, котрими повинен володіти студент. Знання, які отримує студент із навчальної дисципліни «Паблік рілейшнз» є базовими та загальноосвітніми.

### Кінцеві цілі:

- опанувати сутнісну характеристику ПР, його правила та принципи;
- визначити місце ПР в системі менеджменту та маркетингу;
- вивчити функції та завдання ПР-підрозділів фірм, засоби їх реалізації;
- розкрити особливості використання паблік рілейшнз у різних сферах суспільного життя;
- уміти визначити основні прийоми псевдотехнологій ПР та ефективно протидіяти їм.

Після вивчення дисципліни студент повинен:

### Знати:

- суть та принципи ПР-діяльності;
- права та обов'язки ПР-фахівців;
- особливості та методи роботи із громадськістю;
- різновиди ПР-заходів.

### Вміти:

- організовувати роботу ПР-служби;
- розробляти ПР-тексти;
- створювати інформаційну базу для ефективної ПР діяльності;
- розробляти та впроваджувати піар заходи.

Відповідно до освітньої програми «Міжнародна комерція», вивчення даної дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

- ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних

ситуаціях.

- Ф К 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
- Ф К 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

### 3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Паблік рілейшинз» є опанування таких компонент освітніх програм :

ОК 1.5 Історія економіки та економічної думки

ОК 1.9 Політична економія

### 4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітніх програм, вивчення навчальної дисципліни «Паблік рілейшинз» повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Шифр ПРН</b>
Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.	ПРН 1
Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.	ПРН16
Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.	ПРН13

Очікуванні результати навчання, які повинні бути досягнуті після опанування навчальної дисципліни «Паблік рілейшинз»:

<b>Очікувані результати навчання з дисципліни</b>	<b>Шифр ПРН</b>
Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.	ПРН 2
Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.	ПРН 5
Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.	ПРН11
Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.	ПРН20

## **5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

### **Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання**

#### **Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання**

**Форми поточного контролю:** перевірка рівня засвоєння теоретичного матеріалу дисципліни (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем опитувань студентів і тестування) та індивідуальної (самостійної) роботи студента (практичний компонент – реферат, стаття, есе тощо).

**Форма модульного контролю:** модульні контрольні роботи.

**Форма підсумкового семестрового контролю:** іспит.

Студенти вивчають дану дисципліну протягом семестру – один модуль. Модуль складається з двох змістових модулів. В кінці кожного змістового модуля (лекції, практичні заняття) виконується модульна контрольна робота.

Поточне та підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за 100 бальною системою за кожний модуль – по 50 балів за модульну контрольну роботу та 50 балів також виставляє викладач на підставі результатів перевірки рівня засвоєння теоретичного матеріалу дисципліни (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем

опитувань студентів і тестування) та індивідуальної (самостійної) роботи студента (практичний компонент – реферат, доповідь, стаття, есе тощо).

**Семестрова оцінка є середньоарифметичною сумою балів двох змістових модульних контролів.** Наприклад, студент за результатами першого модульного контролю набрав 80 балів; за результатами другого модульного контролю отримав 100 балів; семестрова оцінка у подібному випадку складе:  $(80+100)/2 = 90$  (за шкалою ЄКТС – «А»; за розширеною національною шкалою – «відмінно»).

Студент, який в результаті поточного оцінювання, або підсумкового контролю за змістовними модулями отримав більше 60 балів і отриманий бал його влаштовує, має право не складати іспит із дисципліни. У такому випадку в заліково-екзаменаційну відомість заноситься загальна підсумкова оцінка. При умові, що студент(ка) хоче покращити підсумкову оцінку за модуль з дисципліни, він (вона) має складати іспит.

Студент, який в результаті підсумкового оцінювання отримав менше **60 балів зобов'язаний** складати іспит із дисципліни. У разі, коли відповіді студента під час заліку оцінені менш ніж **60 балів**, він (вона) рахуються такими, що не здали підсумковий контроль.

Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за шкалою, наведеною в таблиці

### Шкала оцінювання навчальних досягнень

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	50	100
10	10	10	10	10		

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
T6	T7	T8	T9	T10	50	100
10	10	10	10	10		

### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

На оцінювання модульних контролів у усній, письмовій або письмово-усній формі, викладачем в аудиторії, відводиться по 50 балів за кожен модуль, тобто в сумі 100 балів за два модульні контролі.

### Критерії оцінювання підсумкового контролю

Підсумкове оцінювання здійснюється у формі іспиту з максимальною кількістю балів-100. До нього допускаються всі студенти, за виключенням тих, які не склали модульного контролю та не виконали основне і додаткове індивідуальне завдання.

## 6. Програма навчальної дисципліни

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

#### Тема 1. Сутнісна характеристика паблік рілейшнз.

Підходи до визначення паблік рілейшнз, функції паблік рілейшнз, історичний розвиток паблік рілейшнз, принципи встановлення і підтримки паблік рілейшнз, правила комунікаційної політики.

#### Тема 2. Паблік рішейшнз в системі менеджменту.

Сутність організаційної культури, складові організаційної культури, рівні

організаційної культури, види комунікацій, оптимізація управління персоналом ПР-служби.

### **Тема 3. Паблік рілейшнз в системі маркетингу.**

Сутність маркетингу, види діяльності паблік рілейшнз в сфері маркетингу, елементи маркетингових паблік рілейшнз, етапи маркетингових паблік рілейшнз.

### **Тема 4. Паблік рілейшнз у формуванні іміджу фірми.**

Поняття репутації, іміджу фірми, елементи та засоби формування іміджу фірми, роль паблік рілейшнз у подоланні кризових ситуацій.

### **Тема 5. Використання паблік рілейшнз у лобістських цілях.**

Лобізм, методи дії лобістів, історичний розвиток лобізму, заходи ефективної

лобістської діяльності, етапи розвитку лобізму в Україні, форми лобістської діяльності в парламенті.

### **Тема 6. Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз.**

Засоби масової інформації, сутність реклами, умови ефективності рекламних кампаній, завдання ПР-служби виставки, план роботи ПР-служби на виставці, презентація як засіб паблік рілейшнз.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.**

### **Тема 7. Псевдотехнології паблік рілейшнз та протидія їм.**

Способи маніпулювання громадською думкою, фальсифікація, види прийомів, розрахованих на ефект приниження, засоби протидії псевдотехнологіям паблік рілейшнз.

### **Тема 8. Організація роботи в паблік рілейшнз.**

Пр-структури, функції ПР-підрозділів фірм, види інформаційних документів, завдання інформаційних підрозділів фірм, елементи етичних норм паблік рілейшнз.

### **Тема 9. Урядові паблік рілейшнз.**

Принципи роботи урядових пр-структур, завдання в рамках урядових паблік рілейшнз.

## Тема 10. Політичні паблік рілейшнз.

Сутність політичних паблік рілейшнз, напрями політичних паблік рілейшнз, критика в політичних паблік рілейшнз, напрями використання паблік рілейшнз у виборчих компаніях.

## Тема 11. Паблік рілейшнз для бізнесу.

Сутнісна характеристика бізнесових паблік рілейшнз, основні завдання бізнесових ПР в сфері маркетингу, заходи протидії проблемам бізнесу.

### 6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		Л	П	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Сутнісна характеристика паблік рілейшнз	12	4	4	-	-	4	16	2	2	-	-	12
Тема 2. Паблік рішейшнз в системі менеджменту	16	4	4	-	-	8	14	2	-	-	-	12
Тема 3. Паблік рілейшнз в системі маркетингу	14	4	4	-	-	6	14	2	-	-	-	12
Тема 4. Паблік рілейшнз у формуванні іміджу фірми	14	4	4	-	-	6	16	2	2	-	-	12
Тема 5. Використання паблік рілейшнз у лобістських цілях	16	4	4	-	-	8	16	2	2	-	-	12
Тема 6. Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз	12	2	2	-	-	8	10	-	-	-	-	10
Тема 7. Псевдотехнології паблік	12	4	4	-	-	4	16	2	2	-	-	12

рілейшнз та протидія їм												
Тема 8. Організація роботи в паблік рілейшнз	12	2	2	-	-	8	10	-	-	-	-	10
Тема 9. Урядові паблік рілейшнз	12	2	2	-	-	8	12	-	-	-	-	12
Тема 10. Політичні паблік рілейшнз	16	4	4	-	-	8	12	2	-	-	-	12
Тема 11. Паблік рілейшнз для бізнесу	14	4	2	-	-	8	10	-	-	-	-	10
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>76</b>	<b>150</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>128</b>

### 6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№	Тема	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Сутнісна характеристика паблік рілейшнз	4	2
2	Паблік рішейшнз в системі менеджменту	4	-
3	Паблік рілейшнз в системі маркетингу	4	-
4	Паблік рілейшнз у формуванні іміджу фірми	4	2
5	Використання паблік рілейшнз у лобістських цілях	4	2
6	Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз	2	-
7	Псевдотехнології паблік рілейшнз та протидія їм	4	2
8	Організація роботи в паблік рілейшнз	2	-
9	Урядові паблік рілейшнз	2	-
10	Політичні паблік рілейшнз	4	-
11	Паблік рілейшнз для бізнесу	2	-
	<b>Разом</b>	<b>36</b>	<b>8</b>

#### 6.4. Самостійна робота

Самостійна робота студента є основним засобом оволодіння матеріалом дисципліни, придбання необхідних умінь і навичок у час, вільний від обов'язкових занять. Під час такої роботи використовується навчальна спеціальна література, а також тексти лекцій. Специфічною формою навчальної самостійної роботи є виконання індивідуальних завдань у вигляді аналізу ситуацій, написання рефератів, аналітичних оглядів.

Згідно з навчальним планом з курсу "Паблік рілейшнз" передбачена самостійна робота, на яку припадає 128 години для заочної форми навчання.

Основні види самостійної роботи студента:

1. Робота з науковими та літературними джерелами.
2. Вивчення додаткової літератури
3. Вирішення і письмове оформлення самостійних завдань
4. Підготовка до практичних занять
5. Підготовка доповідей за темами, запропонованими для самодіагностики.
6. Підготовка до проміжного та підсумкового контролю

№	Тема	Кількість годин	
		Заочна форма	Денна форма
1	Сутнісна характеристика паблік рілейшнз	12	4
2	Паблік рішейшнз в системі менеджменту	12	8
3	Паблік рілейшнз в системі маркетингу	12	6
4	Паблік рілейшнз у формуванні іміджу фірми	12	6
5	Використання паблік рілейшнз у лобістських цілях	12	8
6	Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз	10	8
7	Псевдотехнології паблік рілейшнз та протидія їм	12	4

8	Організація роботи в паблік рілейшнз	10	8
9	Урядові паблік рілейшнз	12	8
10	Політичні паблік рілейшнз	12	8
11	Паблік рілейшнз для бізнесу	12	8
	Разом	128	76

### 6.5. Індивідуальні завдання

... Індивідуальне завдання (далі ІНДЗ) необхідне для систематизації, закріплення і розширення теоретичних і практичних знань з дисципліни "Паблік рілейшнз". ІНДЗ дозволяє студентам опанувати необхідні практичні навички при вирішенні конкретних практичних завдань, розвитку навичок самостійної роботи й оволодіння методикою ведення наукових досліджень, пов'язаних з темою ІНДЗ.

ІНДЗ студенти виконують самостійно протягом вивчення дисципліни "Паблік рілейшнз" з проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу.

Під час вивчення дисципліни студенти виконують одну ІНДЗ у вигляді розв'язання практичної ситуаційної задачі, умови до виконання якої студент отримує від викладача в індивідуальному консультаційному характері.

## 7.Рекомендована література

### Базова

1. Алешина И. В. Паблік рилейшнз для менеджерів: Курс лекцій. — М., 2002.
2. Али М. Практический маркетинг и паблік рилейшнз для малого бизнеса/ Пер. с англ. под. ред.. А.Н. Андреевой.- СПб.: Издательский дом «Нева». 2004.- 416 с.
3. Балабанова Л.В.,Савельєва К.В. Зв'язки з громадськістю в системі маркетингового менеджменту підприємств. Монографія / Л. В. Балабанова, К.В. Савельєва. –Донецьк ДонДУЕТ, 2005.- 273 с.
4. Балабанова Л.В.,Савельєва К.В. Паблік рилейшнз: Навч. посіб./ Л. В. Балабанова, К.В. Савельєва. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008.- 528 с.
5. Все про ПР [Електронний ресурс].- Спосіб доступу.- <http://www.propr.com.ua>.
6. Демин Ю.М. Бизнес-PR/ Ю.М. Демин.- М.: Бератор Пресс, 2003,- 316 с.
7. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей: Навч. посіб. — К., 1997.
8. Карпушин Д., Чикирова С. Пресс-релиз:правила составления.- СПб.: Питер, 2007.-224 с.
9. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью:Практикум.- М.:Академический Проект; Трикста, 2006.- 192 с.
10. Королько В.Г Паблік рилейшнз: наукові основи, методика, практика: Підручник, 2-ге вид. доп./В.Г. Королько.- К.: Скарби, 2001.-400с.
11. Моисеев В. Паблік рилейшнз — средство социальной коммуникации (теория и практика)/ В. Моисеев. — К.. 2002. — 506 с.
12. Пізнюк Л.В. Паблік Рилейшнз. Навчальний посібник. - К.:”Університет „Україна””,2005.-239 с.

13. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. — 3-тє вид., випр. і доп./Г.Г. Почепцов. — К.: Т-во "Знання", КОО, 2006. — 327 с.

14. Почепцов Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. — М.; К., 2001.

15. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналов. — К.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2002. — 622 с.

#### Допоміжна

Тикер Э.Паблік рілейшнз: учеб./ Пер. с англ. С. Бердышева.- М.: Изд-во Проспект, 2005.-336 с.

1. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью:Теория и практика: Учеб.пособие.- М.: Дело, 2003.- 496с.

2. Шарков Ф.И. Паблік рілейшнз: Учебное пособие/ Ф.И. Шарков.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков м К<sup>О</sup>»,2005,-316 с.

4. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: Монографія/ О.В. Бабкіна, В.В. Басалюков, В.М. Бебик та ін.; За заг. ред. В.М. Бебика, С.В. Куніцина,- К.: Сімферополь:МАУП, 2003,- 240 с.: іл.

5. PR-ЛІГА [Електронний ресурс].- Спосіб доступу.- <http://www.pr-liga.org.ua>.