

## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

### «Паблік рілейшнз» Ступень «Бакалавр»

| Кількість кредитів ECTS | Семестр |
|-------------------------|---------|
| 3                       | 7       |

**1 Мета опанування дисципліни:** формування теоретичних знань та практичних навичок з теорії і практики Паблік рілейшнз, оволодіння навичками аналізу суті і механізмів взаємодії з громадськістю в ході підготовки і проведення PR-акцій.

**2 Завдання:** ознайомлення з категорійним та понятійним апаратом, професійними знаннями щодо сутності, функціями PR-діяльності; формування у студентів системних уявлень щодо механізмів впливу на громадськість, засобах, методах і основних формах їх реалізації в Паблік рілейшнз діяльності; формування навичок аналізу PR-кампаній і конкретних напрямків діяльності зв'язків з громадськістю.

#### **3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:**

##### **знання і розуміння:**

знання і розуміння основних понять і змісту Паблік рілейшнз

знання і розуміння сутності, складу, характеристик громадськості і громадської думки у pr-діяльності

знання і розуміння комунікаційного процесу і інформаційного забезпечення в pr- діяльності

знання і розуміння PR-інструментарію

знання особливостей розробки pr-стратегій в залежності від позиції іміджу підприємства

знання і розуміння засад комплексної маркетингової системи паблік рілейшнз-потенціалу

##### **застосування знань і розумінь:**

уміння формувати та володіти основами взаємодії зі ЗМІ; використовувати психологічні механізми формування громадської думки

здатність розуміння сутності масової комунікації і психології масової інформації

уміння використовувати сучасні методи і знати основні категорії PR-діяльності; розуміти сутність масової комунікації і психології масової інформації; знати види і методи дослідження в PR, методи і прийоми PR-впливу

уміння застосовувати методи впливу PR на громадську думку; прогнозувати та вивчати громадську думку

#### **4 Сфера реалізації набутих знань і вмінь в майбутній професії:**

– при взаємодії зі ЗМІ;

– при прогнозуванні та вивченні громадської думки;

– при використанні сучасних методів PR-діяльності;

–при застосованні методів впливу PR на громадську думку.

#### **5 Зміст дисципліни розкривається в темах:**

1.Сутність Паблік рілейшнз

2. Громадськість і громадська думка у pr-діяльності

3. Комунікаційний процес і інформаційне забезпечення в рг- діяльності.
4. PR-інструментарій: сутність і класифікація.
5. Розробка рг-стратегій в залежності від позиції іміджу підприємства.
6. Процес управління публік рилейшнз.
7. Комплексна маркетингова система публік рилейшнз-потенціалу як основа вдосконалення управління на сучасному етапі.
8. Публік рилейшнз у конфліктних та кризових ситуаціях.

**6 Викладацький склад:** к.е.н., доцент Карабаза І.А.