

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
«ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**



Факультет управління

Кафедра публічного управління та адміністрування

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
PR ТА КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ПУБЛІЧНОМУ
УПРАВЛІННІ**

Освітня програма «Публічне управління та адміністрування»

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

Галузь знань 28 «Публічне управління та адміністрування»

Затверджено на засіданні кафедри публічного
управління та адміністрування
Протокол № 1 від «02» січня 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2023-2024 н.р.

ЗМІСТ

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

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	PR та комунікативний менеджмент
Освітня програма	Публічне управління та адміністрування
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	281 «Публічне управління та адміністрування»
Галузь знань	28 «Публічне управління та адміністрування»
Освітній рівень	Бакалавр
Статус дисципліни	Вибіркова
Курс / семестр	4/7
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 16 год. Практичні заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни

Метою навчальної дисципліни «PR та комунікативний менеджмент» є забезпечення успішного засвоєння студентами професійних принципів PR-менеджера; надання майбутнім фахівцям комплексних знань та умінь щодо визначення і використання основних елементів PR-технологій; формування сучасної системи професійних знань і навичок у сфері управління брендами.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні концепції та основні засади PR менеджменту, а також формування та функціонування брендингу.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

Змістовний модуль 1. Основи PR та планування PR-кампанії.

Змістовний модуль 2. Основні характеристики брендингу та бренд-менеджменту. Основними **цілями** вивчення дисципліни «PR та комунікативний менеджмент» є засвоєння студентами навчального матеріалу стосовно:

- сутності, змісту та історії виникнення PR;
- алгоритму планування PR-кампанії;
- підготовки та оформлення основних документів в PR;
- лобювання як форми комунікації та мистецтва впливу;
- сутності, поняття та розвитку бренд-менеджменту;
- характеристики понять «імідж», «репутація» та «бренд»;
- видів, стратегії та методики створення бренду;
- формування особистого бренду.

Компетентності

ЗК1. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК2. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК4. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК5. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК7. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).

ФК.1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.

ФК.3. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально етичних норм поведінки.

ФК.9. Здатність впроваджувати інноваційні технології в публічному управлінні та адмініструванні.

ФК.11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування.

Програмні результати навчання

ПР12. Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.

ПР14. Уміти коригувати професійну діяльність у випадку зміни вихідних умов.

2. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Сутність, зміст та історія виникнення PR.	Знати передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю; розуміти сутність, мету та завдання PR; знати основні принципи, функції та напрями PR; вміти відрізнити маркетинг від PR.	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.
2.	Тема 2. Планування PR кампанії.	Знати особливості PR-кампанії та вміти її планувати; вміти визначати мету та завдання PR-кампанії; знати та розуміти правила оформлення інформаційної моделі.	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.
3.	Тема 3. Підготовка та оформлення основних документів в PR.	Вміти створювати сильний інформаційний привід; вміти формувати прес-релізи, бекграунди, факт-листи та факт-довідки, правильно писати ділові листи та PR-статті; вміти проводити та давати інтерв'ю, прес-конференції, брифінги; знати секрети успішного публічного виступу; розуміти характеристику внутрішньокорпоративного PR.	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.
4.	Тема 4. Лобіювання як форма комунікації та мистецтва впливу.	Розуміти сутність лобізму та його місце в комунікаційному процесі; знати особливості лобістської діяльності; вміти використовувати технологію лобіювання.	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.
5.	Тема 5. Суть, поняття та розвиток бренд менеджменту.	Знати еволюцію брендингу; розуміти роль брендингу в сучасному житті суспільства; розуміти сутність та різницю між термінами: «бренд», «торгова марка» та «торговий знак»; вміти реєструвати товарний знак; знати вигоди	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.

		бренду для виробника та споживача.	
6.	Тема 6. Бренд, імідж та репутація.	Розуміти сутність та основні характеристики понять: «імідж», «репутація» та «бренд»; знати взаємозв'язок і вплив понять: «імідж», «репутація» та «бренд» на розвиток територій, організацій та окремих осіб.	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.
7.	Тема 7. Види, стратегії та методика створення бренду.	Знати функції бренду, види брендів та їх зміст; розуміти процес позиціонування бренду; розуміти цикл створення бренду; вміти візуалізувати бренд.	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.
8.	Тема 8. Формування особистого бренду.	Розуміти сутність та особливості особистого бренду; знати конструктор особистого бренду; вміти формувати особистий бренд у соцмережах.	Контрольні запитання, кейси, тести, завдання для самостійної роботи.

3. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Практичне заняття	40
Контрольна робота	10
Тести	20
Залік (залікова робота)	30
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Сумарна кількість балів за практичні заняття	Контрольна робота	Сумарна кількість балів за тести	Залік	Разом
40	10	20	30	100

Оцінювання відповідей студентів на практичних заняттях відбувається за 100 бальною шкалою.

По завершенні теоретичного навчання середнє арифметичне усіх отриманих оцінок у 100-бальній шкалі множиться на ваговий коефіцієнт 0,4, відповідно – максимальний бал за усі отриманні заняття у підсумку може скласти 40 балів.

Оцінювання за залікову роботу відбувається у 100-бальній шкалі, отримана оцінка сходиться на ваговий коефіцієнт 0,3.

Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни складається із математичної суми балів за роботу на практичних заняттях (максимально – 40 балів), отриманої оцінки за контрольну роботу (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі і множиться на ваговий коефіцієнт 0,1, відповідно максимальний бал за контрольну роботу може скласти 10 балів), отриманих балів за тести (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі і множиться на ваговий коефіцієнт 0,2, відповідно максимальний бал за тести може скласти 20 балів) і оцінки, отриманої за залікову роботу (максимальний бал – 30 балів), що в сумі максимально може скласти 100 балів.

При виставленні балів за модульний контроль оцінюються: рівень теоретичних знань та практичні навички з тем, включених до змістових модулів, самостійне опрацювання тем, опрацювання завдань робочих зошитів, підготовка конспектів навчальних чи наукових текстів тощо.

Якщо студент не складав змістовий модуль з поважних причин, які підтверджені документально, то він має право на його складання з дозволу завідувача кафедри (за заявою).

Оцінка за залікову роботу формується із суми відповідей студентів 1 теоретичне запитання (5 балів), знання дефініції (5 балів), розв'язання тестів (10 балів) та вирішення практичного завдання (10 балів), або, за вимогою – на основі результатів тестування (максимальна оцінка за тести – 30 балів).

Критерії оцінювання за 100-бальною шкалою:

90-100 балів – студент вільно володіє навчальним матеріалом; висловлює свої думки; творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань; комунікативні уміння та навички сформовані на високому рівні; може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання і оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань.

70-89 балів – студент вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні граматичні помилки у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці; за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдань.




50-69 балів – студент володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно; на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків; знайомий з основними поняттями навчального матеріалу; комунікативні уміння та навички сформовані частково; під час відповіді допускаються суттєві граматичні помилки; має елементарні нестійкі навички виконання завдань; планує та виконує частину завдань за допомогою викладача.


Менше 50 балів – у студента не сформовані комунікативні уміння та навички; студент допускає велику кількість граматичних помилок, що ускладнює розуміння; студент не володіє навчальним матеріалом; виконує лише елементарні завдання, потребує постійної допомоги викладача.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа (відеофайли, рисунки, схеми) та інше
<p style="text-align: center;">Література:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Сайт дистанційного навчання. URL : http://d-learn.pu.if.ua2. Курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» // Prometheus. URL : https://prometheus.org.ua/3. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.4. Гримська М. І. Зв'язки з громадськістю : підручник для студентів вищих навчальних закладів. Харків : Фоліо, 2015. 416 с.5. Кендюхов О. В., Ягельська К. Ю., Файвішенко Д. С. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Донецьк : ДонНТУ, 2013. 459 с. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. К.: Лібра, 2003. 416 с.6. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. К. : Кондор Видавництво, 2014. 246 с.7. Малинка О. Я., Устенко А. О. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. 293 с.8. Марті Ньюмеєр Zag. Найкращий посібник з брендингу : книга. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2017. 192 с.9. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : книга. К. : Центр учбової літератури, 2020, 202 с.10. Річ Лі Міфи про PR : книга. Харків : Фабула, 2020. 272 с.11. Романовський О. Г., Серета Н. В., Воробйова Є. В. Основи публік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Х. : НТУ «ХП», 2015. 176 с.12. Романовський О. Г., Серета Н. В., Воробйова Є. В. Основи публік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ «ХП», 2015. 176 с.13. Роулз Деніел Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань : книга. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.14. Тодорова О. PR в цифрову еру. Искусство коммуникаций : книга. К. : Ассоциация Корпоративных Медиа, 2012. 240 с.15. Том Питерс Преврати себя в бренд! 50 верных способов перестать быть посредственностью : книга. М. : Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2012. 240 с.17. Юрген Саленбахер Creative Personal Branding : книга. Харків : Видавництво «Фабула», 2019. 224 с.	

7. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра менеджменту в інформаційних технологіях м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57,</p> <p> каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)</p> <p> kmit@pnu.edu.ua</p> <p> https://kmit.pnu.edu.ua/filosofiiia-kafedry/</p>
---------	---

Викладач	Боришкевич Ірина Ігорівна кандидат економічних наук, менеджменту в інформаційних технологіях викладач кафедри , менеджер та спікер ГО «Школа бізнесу і менеджменту».
Контактна інформація викладача	 +38 (095) 867 84 11  iryna.boryshkevych@pnu.edu.ua Робочі години: Пн-Пт – 8:30 – 17:00

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». <ul style="list-style-type: none"> • Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>

<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</p>	<p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4-5).</p> <p>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Невідповідна поведінка під час заняття</p>	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти».</p> <p>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Додаткові бали</p>	<p>Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу.</p> <p>Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).</p> <p>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Неформальна освіта</p>	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019) Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні документи/polozhenja/</p>



Викладач _____ **Боришкевич І. І.**