# ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ

Кафедра маркетингу
Факультет економіки і підприємництва

**Анотація:**

**Мета курсу (інтегральна компетентність)** – сформувати уміння, навички щодо загальної професійної і фахової підготовки за напрямами діяльності (інформаційно-творчої, соціально-психологічної, інформаційно-комунікаційної, інформаційно-управлінської, аналітичної, культурної, інформаційно-соціологічної, науково-дослідної), а також розширити та поглибити знання студентів в області теорії і практики паблік рілейшнз.

**Цілі курсу (програмні компетентності):**

- розуміти сутність, специфіку, функції паблік рілейшнз у сучасному світі та в Україні;
- здатність використовувати специфіку ПР в економічній, політичній, культурно-інформаційній сферах суспільної життєдіяльності;
- здатність відносини з державними та недержавними закладами як напрямок ПР;
- здатність використовувати теоретичний та методичний інструментарій для створення іміджу організації (особи) та його оцінки;
- принципи організації спеціальних подій як технологічну проблему ПР;
- менеджмент ПР: організаційні основи діяльності служб ПР;
- здатність формувати теоретичні та практичні рекомендації щодо напрямів удосконалення ПР-діяльності організації.

**Програмні результати навчання:**

-аналізувати реальні форми діяльності у сфері ПР, виділяти та характеризувати теоретичну та світоглядну базу ПР-діяльності;

-використовувати інформацію про функції ПР у суспільстві в конкретних формах задля аналізу взаємозв'язків суспільних інститутів та організацій;

-відрізняти ПР-діяльність у відносинах з державними та недержавними закладами;

-застосовувати одержану теоретичну інформацію для практики організації спеціальних подій з метою формування або підтримання позитивного іміджу суспільних інститутів, закладів або осіб;

- здатність використовувати теоретичний та методичний інструментарій для організації і проведення комунікаційних заходів (прес-конференції, брифінги, презентації, круглі столи та ін.);

-здатність організовувати та керувати службами ПР.

**Короткий зміст курсу:**

Сутність, принципи і функції ПР. Історія розвитку науки «Паблік рілейшнз». PR-інструментарій: сутність і класифікація. Виставкова діяльність. Ділові переговори в системі зв’язків з громадскістю. Маркетингові дослідження у ПР. Корпоративний імідж та його використання у паблік рілейшнз. Планування, організація та здійснення паблік рілейшнз. ПР в

промисловості, комерційній діяльності та фінансовій сфері. Паблік рілейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях. Механізм взаємодії із засобами масової інформації.