



## Силабус курсу

PR-комунікації

Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Галузь знань - 07 Управління та адміністрування  
Спеціальність – 073 Менеджмент  
Освітньо-професійна програма «Управління персоналом»

Рік навчання: 2, Семестр: III

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ПІП  
Ростиславівна

канд. екон.наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Іванечко Неля



Контактна інформація [n.ivanechko@gmail.com](mailto:n.ivanechko@gmail.com), +380685159732

### Опис дисципліни

Дисципліна «PR-комунікації» спрямована на формування у студентів базових знань та вироблення практичних навичок створення та ведення піар кампаній в товарних компаніях та компаніях сфери послуг, держустановах, стартапах. Дисципліна орієнтує на відпрацювання практичних навичок із розробки тактики і стратегії корпоративного, персонального, антикризового, політичного піару; ведення піар кампаній першої особи та бренду.

### Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Сутність та характеристика піару.	Знати суть та характеристику піару. Розуміти цілі та напрями піар кампаній. Вивчити структуру системи піар заходів. Вміти планувати піар кампанії та передбачати наслідки піар заходів.	Кейси, тести
2.	Персональний піар.	Знати найбільш ефективні комунікаційні канали. Вміти організувати події, ініціювати та моделювати інформаційні приводи. Здійснювати корегування образу, основного послання і ключових комунікаційних каналів.	Кейси, тести

3.	<b>Політичний піар.</b>	Знати механізм проведення інформаційних кампаній у ЗМІ. Вміти розробляти комунікаційні програми. Встановлювати зв'язки з необхідними цільовими групами. Організовувати прес-конференції, прес-ланчі, круглі столи.	Кейси, тести
4.	<b>Піар бренду.</b>	Знати методи формування репутації бренду. Розуміти комплексну модель внутрішніх комунікацій. Аналізувати піар активності та позиціонування бренду у ЗМІ. Вміти створити навколо діяльності бренду позитивний інформаційний простір.	Кейси, тести
5.	<b>Піар першої особи.</b>	Знати стратегії позиціонування першої особи. Вміти проводити аудит репутації. Здійснювати аналіз медіа-образу особи (виявлення структурних характеристик інформаційного поля, реконструкція основних семантичних характеристик у ЗМІ), формування та корекцію медіа-образу особи.	Кейси, тести
6.	<b>Корпоративний піар: етапи створення й інструменти.</b>	Розуміти принципи, цілі, завдання і функції піару у сфері бізнесу. Вивчити етапи створення й інструменти піару. Вміти створити позитивний корпоративний імідж.	Кейси, тести
7.	<b>Антикризовий піар.</b>	Знати стратегії поведінки у кризових умовах. Розуміти принцип формування антикризової платформи. Застосовувати комплекс інструментів щодо запобігання або оперативного вирішення кризової ситуації.	Кейси, тести

### Літературні джерела

1. Аманда Коулман. Стратегії кризових комунікацій. Як готуватися заздалегідь, ефективно реагувати та цілком відновлюватись. К.: Фабула. 2023. 200 с.
2. Афанасьєв Ігор. Історія PR. К.: Алерта. 2016. 140 с.
3. Курбан О. В., Купбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг: навч. посіб. Київ: Білий Тигр, 2019. 159 с.
4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
5. Слободянюк Еліна. Шлях до серця виборця. Головна книга до виборчих кампаній: від місцевих до президентських. Х.: Фоліо, 2019. 250 с.
6. Юрген Саленбахер. Креативний особистий брендинг. Х.: Фабула, 2020. - 240 с.
7. Хрупович С.С. Іванечко Н.Р. Інструменти управління креативним маркетингом. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. №1 С. 138-143.

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування (наприклад, програма Kahoot).
- **Політика щодо відвідування:** За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінги	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-7 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки. Оцінювання за 100-бальною шкалою	Письмова робота по 1 змістовому модулю. Оцінювання за 100-бальною шкалою	Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу. Оцінювання за 100-бальною шкалою	Оцінюється за результатом тестування на платформі Дія.Освіта з курсу «PR-спеціаліст». Оцінювання за 100-бальною шкалою

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом

