

Назва дисципліни	PR-менеджмент
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, спеціальність Міжнародні економічні відносини, спеціалізація «Міжнародний бізнес» 4 курс, 8 семестр.
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	Викладання дисципліни забезпечує кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу. Викладач: к.е.н., доцент Дерід Ірина Олександрівна Контакти: ауд. 3-76, 3-78 (Центральний корпус), т. 097-153-16-90, i.a.derid@karazin.ua
Попередні умови для вивчення дисципліни	Вивчення студентами таких дисциплін як «Менеджмент», «Маркетинг»
Опис	Мета дисципліни. Надання знань та вмінь визначення та використання основних складових PR-технологій в різних сферах сучасного життя, особливо в комунікативній складовій міжнародних відносин. Очікувані результати навчання: - роль зв'язків з громадськістю в сучасному світі; - напрямки використання зв'язків з громадськістю в усіх сферах суспільного життя; - місце PR-відділу у функціональній структурі організації; принципи побудови служби зв'язків з громадськістю; - принципи визначення пріоритетних груп громадськості; - специфіку громадської думки в сфері публік рілейшнз; - складові кампанії зі зв'язків з громадськістю; - основи відносин із засобами масової комунікації, міжнародними інформаційними агенціями; - специфіку подієвих комунікацій в системі зв'язків з громадськістю; - поняття «імідж» і «репутація»; - методи PR-впливу на громадськість; - специфіку зв'язків з громадськістю в умовах

кризової ситуації;
- основи етичної поведінки PR-спеціаліста.
вміти:
- вивчати та аналізувати PR-інформацію конкурентів;
- визначати пріоритетні групи громадськості організації, формувати PR-цілі і завдання роботи із ними, визначати PR-інструменти роботи із цільовими аудиторіями;
- формувати окремі елементи загальної PR-стратегії організації та їх бюджет;
- із використанням спеціальних показників проводити оцінку ефективності PR-заходів та окремих складових PR-стратегії;
- визначати PR-способи впливу на громадську думку;
визначати медіа-пул, формувати медіа-карту, проводити моніторинг і аналіз повідомлень ЗМІ; готувати PR-матеріали організації (прес-релізи, статті, інтерв'ю, промови, презентації);
- підтримувати та оновлювати інформаційне наповнення сайту організації.

Теми аудиторних занять та самостійної роботи

Тема 1. Застосування PR в сучасній практиці

Тема 2. Підготовка PR-проекту

Тема 3. Громадськість і громадська думка в PR

Тема 4. Робота із ЗМІ як складова PR -діяльності

Тема 5. Спеціальні заходи в PR

Тема 6. Регулювання PR-діяльності. Етика в PR. Імідж і репутація

Методи контролю результатів навчання

усний контроль, що по своїй сутності передбачає діалог і перевірку репродуктивного відтворення студентом отриманої інформації;

дискусія, що передбачає активний диспут між усією групою та викладачем стосовно знаходження відповіді на поставлене питання;

обговорення наукових статей з тематики семінарського заняття;

письмовий контроль у вигляді написання 1 контрольної роботи;

перевірка наявності конспекту лекцій;

підсумковий контроль у вигляді письмового заліку.

Мова викладання. Українська

