



Львівський національний
університет
природокористування

Факультет управління,
економіки та права

Кафедра міжнародних
економічних відносин та
маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПАБЛІК РІЛЕЙШІНЗ»

Рівень вищої освіти – *перший (бакалаврський) рівень*

Галузь знань – *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма – *«Маркетинг»*

Кількість кредитів – *3*

Компонент освітньо-професійної програми – *обов'язкова*

Мова викладання – *українська*

| | |
|-----------------------------|--|
| Лектор курсу | Когут Мар'яна Володимирівна |
| Профайл лектора | https://www.lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=4038 https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-8275-134X |
| Контактна інформація | maryana.kohut1990@gmail.com телефон: +380979477990 |

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

| | |
|--------------------------------------|---|
| Анотація до курсу | Дисципліна «Паблік Рілейшінз» спрямована на формування у студентів комплексу знань і навичок у сфері комунікаційних процесів, зокрема розуміння ролі PR у взаємодії між компаніями, організаціями, медіа та громадськістю. |
| Очікувані результати навчання | Завершивши курс, студенти зможуть: <ul style="list-style-type: none">• Розробляти та реалізовувати PR-кампанії.• Аналізувати та сегментувати аудиторію: визначати цільові групи стейкхолдерів, досліджувати їхні потреби та формувати ефективні комунікаційні стратегії.• Розробляти та впроваджувати стратегії підтримки позитивного іміджу компанії або бренду, а також запобігати й вирішувати репутаційні кризи.• Застосовувати антикризові комунікації, розробляти антикризові плани та мінімізувати шкоду для організації.• Ефективно взаємодіяти зі ЗМІ: готувати прес-релізи, організувати прес-конференції, інтерв'ю та інші заходи, |

| | |
|----------------------------------|--|
| | <p>співпрацювати з журналістами для поширення ключових повідомлень.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Забезпечувати дотримання етичних норм у PR, зокрема дотримуватись етичних стандартів у комунікаціях, забезпечувати прозорість і відповідальність в PR-кампаніях. • Оцінювати ефективність PR-діяльності • Використовувати методи аналізу та оцінювання результатів PR-кампаній, визначати ключові показники ефективності (KPI). • Використовувати цифрові технології в PR |
| <p>Завдання курсу</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Набуття теоретичних знань щодо основних принципів, функцій та інструментів паблік рілейшнз, а також їхньої ролі в сучасному бізнесі та суспільстві. ✓ Формування практичних навичок розробки, планування та реалізації ефективних PR-кампаній, включно з написанням прес-релізів, організацією публічних заходів та взаємодією з медіа. ✓ Розвиток вмінь управління репутацією компанії чи бренду, а також розробки стратегій для підтримки позитивного іміджу та запобігання кризовим ситуаціям. ✓ Засвоєння навичок кризових комунікацій, що дозволяють студентам швидко й ефективно реагувати на надзвичайні ситуації та мінімізувати негативні наслідки для організації. ✓ Вивчення етичних аспектів PR і соціальної відповідальності, включно з дотриманням етичних стандартів у комунікаційних стратегіях і забезпеченням прозорості у взаємодії зі стейкхолдерами. ✓ Опанування методів аналізу цільової аудиторії та дослідження громадської думки для точнішого налаштування комунікаційних повідомлень і підвищення їхньої ефективності. ✓ Засвоєння сучасних цифрових інструментів PR, таких як соціальні медіа, блоги, онлайн-платформи, для забезпечення успішної взаємодії з аудиторією та просування брендів. |
| <p>Пререквізити курсу</p> | <p>Маркетинг, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз,</p> |
| <p>Формат курсу</p> | <p>Проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання самостійної роботи студентами, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема тематичні лекції, лекції-дискусії, проблемні лекції, лекції із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях</p> |

| | |
|-----------------------------|---|
| | застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та інше |
| Підсумковий контроль | Залік |

СТРУКТУРА КУРСУ

| Тема | Зміст тем курсу |
|---|--|
| Тема 1. Вступ до паблік рілейшнз | 1.1. Паблік рілейшнз (PR) та його роль у сучасному бізнесі 1.2. Основні функції та завдання PR 1.3. Громадськість як об'єкт комунікативного впливу 1.4. Відмінності між рекламою, маркетингом та PR 1.5. Історія розвитку паблік рілейшнз 1.6. Ключові етапи та тенденції |
| Тема 2. Інструменти та методи PR | 2.1. Класичні інструменти PR: прес-релізи, прес-конференції, публічні виступи 2.2. Цифрові інструменти в PR: соціальні медіа, блоги, онлайн-конференції 2.3. Управління кризовими комунікаціями як інструмент PR 2.4. Вимірювання ефективності PR-кампаній |
| Тема 3. Цільова аудиторія у паблік рілейшнз | 3.1. Визначення та аналіз цільової аудиторії у PR 3.2. Сегментація аудиторії та її значення для ефективності комунікацій 3.3. Методи дослідження громадської думки та їх використання у PR 3.4. Приклади побудови комунікацій із різними групами стейкхолдерів |
| Тема 4. Корпоративна репутація та імідж | 4.1. Поняття та елементи іміджу організації 4.1. Сутність корпоративної репутації 4.2. Чинники, що впливають на репутацію та імідж 4.3. Стратегії формування та підтримки позитивного іміджу компанії 4.4. Управління репутаційними ризиками: методи мінімізації втрат |
| Тема 5. PR-кампанії: планування та реалізація | 5.1. Етапи планування PR-кампанії 5.2. Стратегії PR-кампаній 5.3. PR-плани: їхні типи та структура 5.4. Реалізація PR-кампанії: співпраця зі ЗМІ та залучення аудиторії |
| Тема 6. Етика у паблік рілейшнз | 6.1. Етичні стандарти у PR 6.2. Прозорість та відповідальність у PR-кампаніях 6.3. Етичні дилеми у PR: як уникати конфліктів інтересів 6.4. Роль соціальної відповідальності в сучасних PR-стратегіях |

| | |
|--|---|
| <p>Тема 7. Управління кризовими комунікаціями</p> | <p>7.1. Основні етапи кризового менеджменту в PR 7.2. Стратегії антикризових комунікацій: швидка реакція та довгострокові дії 7.3. Приклади успішного управління кризовими ситуаціями в організаціях 7.4. Робота зі ЗМІ в умовах кризи: правила взаємодії та контроль за інформацією</p> |
| <p>Тема 8. Паблік рілейшнз: нові тренди та технології</p> | <p>8.1. Цифрові трансформації у PR 8.2. Вплив технологій на комунікаційні процеси 8.3. Роль штучного інтелекту та аналітики в PR 8.4. Соціальні медіа як новий канал побудови PR-стратегій</p> |
| <p>Тема 9. Міжнародний PR</p> | <p>9.1. Структура, цілі та завдання комунікацій з громадськістю в міжнародному середовищі 9.2. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів 9.3. Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності 9.4. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних PR</p> |

АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин) студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань під час заняття.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

1. Когут М.В. Паблік рілейшнз: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2024. – 30 с.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна

1. Гарматюк О. В. Паблік рілейшнз: навч.-мет. пос. Умань: Візаві, 2019. 248 с.

2. Стельмахова, Олександра. Піаритись не можна зупинитись. Ліра, 2019. 193 с.
3. Сушицька, Н. В. Теорія і практика зв'язків із громадськістю. Курс лекцій: навч. посіб. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. 382 с.

Додаткова

1. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: Монографія. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. 360 с.
2. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації [Навчальний посібник]. Львів: НУ «ЛП», 2014. 164 с.
3. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. [Навчальний посібник]. К.: «Кондор-Видавництво», 2014. 246 с.
4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. [текст] : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 202 с.
5. Ромат Є. В., Бучацька І.О., Дубовик Т.В. Основи зв'язків з громадськістю: Навч. пос. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014. 243 с.
6. Impressive Advertising - Abellan Miquel: AbeBooks.com, 2019. 144 p.
7. Valentini, C. (2021), «Trust research in public relations: an assessment of its conceptual, theoretical and methodological foundations», Corporate Communications: An International Journal, Vol. 26 No. 1, pp. 84-106. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2020-0030>.
8. Andersson, R. (2022) Public Relations Strategizing: A Theoretical Framework for Understanding the Doing of Strategy in Public Relations. Journal Of Public Relations Research, Vol. 36 No. 2, pp. 91-112. URL: https://lucris.lub.lu.se/ws/portalfiles/portal/159445082/Andersson_2023.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

- Мережа INTERNET
- Бібліотека ЛНУП: м. Дубляни, вул. В.Великого, 1; тел. 22-45-915
- Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України: вул. Стефаника, 2; тел. 74-43-72
- Львівська обласна наукова бібліотека: просп. Шевченка, 13; тел.74-02-26
- Наукова бібліотека ЛНУ ім. Франка, метод. відділ: вул. Драгоманова, 17.
- Центральна міська бібліотека ім Лесі Українки: вул. Мулярська, 2а; тел.72-05-81
- Бібліотека Львівської комерційної академії (вул. Туган-Барановського, 10, тел 79-76-40).