



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

(назва навчальної дисципліни)

Ступінь вищої освіти: магістр
Спеціальність: 075 Маркетинг
Освітньо-професійна програма: Маркетинг
Викладач: Брайко Марина Герольдівна, старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Факультет: Менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
Кафедра: Маркетингу, підприємництва і торгівлі
Профайл викладача: <http://marketing.ontu.edu.ua/sklad-kafedri/>
Контактна інформація: marina.g.braiko@gmail.com, +380976822647

1. Загальна інформація

Навчальна дисципліна викладається на першому курсі у першому семестрі: курс 1 - семестр 2

Тип дисципліни	вибіркова				
Мова викладання	українська				
Кількість кредитів - 4, годин - 120					
Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні	
	денна	40	20	20	-
	заочна	8	4	4	-
Самостійна робота, годин					
	денна	80			
	заочна	112			
Форма підсумкового контролю	залік				

2. Анотація навчальної дисципліни

Зв'язки з громадськістю (англ. *public relations, PR*) – діяльність спрямована на покращання відношень між організацією та різними колами громадськості шляхом формування її сприятливого іміджу, позитивного ставлення до її продуктів, а також нейтралізації негативних подій і чуток.

Робота з громадськістю визначається фахівцями як діяльність, спрямована на формування, координацію і управління суспільними зв'язками.

Під колами громадськості розуміються різні організації, об'єднання громадян, установи, засоби масової інформації, державні установи, місцеві органи влади, окремі громадяни.

PR водночас може бути достатньо оперативним інструментом комунікаційної стратегії компанії, реалізуючи довгострокові задачі зі:

- створення та підтримки корпоративної репутації компанії,
- налагодження необхідних контактів,
- переконання конкретних цільових груп.

Створення позитивного іміджу своєї організації допомагає організації у просуванні своїх продуктів, підвищення довіри до свого бізнесу, допомагає встановленню партнерських зв'язків, інтеграційному зростанню бізнесу.

3. Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни – надання майбутнім фахівцям-маркетологам знань та вмінь визначення та використання основних складових PR-технологій в різних сферах сучасного життя, особливо в комунікативній складовій відносин харчових та переробних підприємств з партнерами, споживачами, засобами масової інформації тощо.

