

## СИЛАБУС

Назва дисципліни	Менеджмент створення PR подій
Статус	Вибіркова
Спеціальність	ООП «Менеджмент» першого (бакалаврського рівня) освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент»
Мова викладання	Українська
Семестр у якому викладається	<u>1</u>
Кількість кредитів ЕСТС академічних годин	3 кредити 90 год. (36- лекції, 18 - практичні заняття, 36- самостійна робота)
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Диференційований залік
Кафедра, що забезпечує викладання	Менеджменту та адміністрування
Викладач, що планується до викладання	Лекції та практичні: к.е.н., доц., доцент каф. МіА Микитюк Н.Є.
Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування дисципліни	<p>ЗК 04. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях</p> <p>ЗК 05. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 08. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 09. Здатність активно вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>СК 01. Здатність визначати та описувати характеристики організації.</p> <p>СК 02. Здатність аналізувати результати діяльності організації та бізнесу, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.</p> <p>СК 06. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо, формувати та підтримувати корпоративну соціальну відповідальність бізнесу.</p> <p>СК 07. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту у сфері бізнесу.</p> <p>СК 09. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань</p>

	СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми бізнесу та бізнес-організації, формувати обґрунтовані рішення. СК 13. Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності.
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії та програмні результати навчання	Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії: -вміти аналізувати спільні і відмінні ознаки PR та журналістики, реклами, інформаційно-комунікаційних технологій. - описувати преспосередництво, просування (промоушн), громадські справи, пабліситі, рекламу -оволодіють необхідними знаннями та навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і громадських установах та організаціях соціокультурної сфери, комерційних структурах з питань масової інформації та ділової комунікації, суспільних зв'язків;
Програмні результати навчання:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ПРН 03. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій</li> <li>- ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.</li> <li>- ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.</li> <li>- ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації.</li> <li>- ПРН 15. Вміти використовувати можливості новітніх інформаційних й цифрових технологій в процесі реалізації художньої ідеї та осмислення творчого результату..</li> <li>- ПРН 19. Визначати творчі можливості та перспективи особистого розвитку, володіти основними засобами психологічної саморегуляції.</li> </ul>

<p>Особливості навчання на курсі. Типи завдань та форми контролю</p>	<p>Оцінювання знань студентів проводиться за результатами комплексного оцінювання. Типи завдань: тестові завдання, дослідницькі завдання, творчі завдання. Контроль засвоєння теоретичних знань модуля М1 (колоквіум) – 50 балів, засвоєння практичних навиків ЗМ1 – 25 балів, засвоєння практичних навиків ЗМ2 – 25 балів. Відпрацювання пропусків – письмова робота.</p>
<p>Стислий опис дисципліни</p>	<p>Дисципліна спрямована на оволодіння необхідними знаннями та навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і громадських установах та організаціях соціокультурної сфери, комерційних структурах з питань масової інформації та ділової комунікації, суспільних зв'язків, гуманітарних технологій.</p>
<p>Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися</p>	<p>20-80</p>
<p>Література</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.</li> <li>2. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL : <a href="https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168-no-5-6-vol-10-2005-UKR.pdf">https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168-no-5-6-vol-10-2005-UKR.pdf</a></li> <li>3. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.</li> <li>4. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ : Грамота, 2010. 288 с.</li> <li>5. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рілейшнз : навчальний посібник. К., 2010. 204 с.</li> <li>6. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник. МОН України. 3-є вид., допов. і перероб. Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.</li> </ol>