

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент створення PR подій»

вільного вибору - кафедральний

Спеціальності:	ОП «Менеджмент»
Мова викладання:	Українська
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна - максимальна):	
Семестр, в якому викладається:	2 семестр
Кількість: кредитів ЄКТС академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота тощо)	3 кредити (90 год. ЄКТС; 18 лек., 18 пр., 54 сам. робота)
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань:	Залік
Кафедра, що забезпечує викладання:	Менеджменту та адміністрування
Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження):	Лектор та практичні заняття – Микитюк Наталія Євгенівна, к.е.н., доц.
Попередні вимоги для вивчення дисципліни (якщо доречно):	Знання про менеджмент, маркетинг, мікро-макроекономіку, ресурсний менеджмент, підприємництво, стратегічне управління
Перелік компетентностей, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:	ЗК 4 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 10 Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. СК 7 Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК 9 Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії:	Вміти: - професійно аналізувати рекламну та PR-діяльність відомих бізнес-структур, політичних та соціальних організацій; - виявляти рекламні та PR-проблеми у різних галузях суспільного життя та застосовувати інструменти PR та реклами для її вирішення; - формулювати цілі та аналізувати можливі стратегії фахової діяльності у контексті рекламних та PR-проблеми, що потребує вирішення; - організовувати і проводити комунікативні заходи (прес-конференція, брифінг, конференція, презентація, круглий стіл); - складати ефективні рекламні та PR-тексти різних

жанрів;
- застосовувати на практиці нестандартні підходи до вирішення варіативних рекламних та ПР-проблем;
- складати звіт про ефективність рекламної та ПР-кампанії.

Знання

- загальну характеристику рекламних та ПР-кампаній як комплексного методу вирішення рекламних та ПР-проблем;
- види рекламних та ПР-кампаній за різними класифікаціями та особливості їх організації у галузях суспільного життя;
- завдання та особливості основних етапів проведення рекламних та ПР-кампаній;
- методики та критерії оцінювання ефективності рекламних та ПР-кампаній;
- найуспішніші рекламних та ПР-кампанії у вітчизняній та світовій практиці;
- жанрові різновиди рекламних та ПР-текстів та їх основні характеристики;
- схеми організації та проведення комунікаційних заходів у рекламних та ПР-кампанії;

Навички та соціальні компетентності

- професійно аналізувати рекламну та ПР-діяльність відомих бізнес-структур, політичних та соціальних організацій у вигляді івентів ;
- виявляти рекламні та ПР-проблеми у різних галузях суспільного життя та застосовувати інструменти ПР та реклами для її вирішення;
- формулювати цілі та аналізувати можливі стратегії фахової діяльності у контексті івентів, що потребує вирішення;
- організовувати і проводити комунікативні заходи (прес-конференція, брифінг, конференція, презентація, круглий стіл);
- складати ефективні рекламні та ПР-тексти різних жанрів;
- застосовувати на практиці нестандартні підходи до вирішення варіативних рекламних та ПР-проблем у вигляді івентів;

Особливості навчання на курсі:

Основними завданнями вивчення дисципліни є: ознайомити студентів із поняттям рекламної та ПР-кампанії як комплексного методу вирішення рекламних та ПР-проблем; сформулювати уявлення про класифікації рекламних та ПР-кампаній, особливості їх організації у різних галузях суспільного життя, основні етапи проведення; навчити студентів професійно аналізувати рекламну та ПР-діяльність бізнес-структур, політичних і соціальних організацій; ознайомити майбутніх

	спеціалістів зі зв'язків із громадськістю та реклами з комунікаційними факторами ефективності рекламних та ПР-кампаній, принципами побудови рекламних та ПР-заходів та акцій, нестандартними підходами до вирішення рекламних та ПР-проблем.
Матеріально-технічне забезпечення:	Дисципліна не потребує спеціальної матеріально-технічної бази
Стислий опис дисципліни:	<p>Event-менеджмент як комплексний метод вирішення варіативних ПР-проблем</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Аналітичний етап ПР-кампанії 3. Практична реалізація ПР-кампанії. 4. ПР-звернення як елемент ПР-кампанії 5. Організація ПР-кампаній у соціальній галузі 6. Організація ПР-кампаній у політичній та екологічній сферах 7. Організація ПР-кампаній у економічній сфері 8. Кампанії із управління іміджем та репутацією