

СИЛАБУС

Назва дисципліни	Імідж і ділова репутація
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 набуде студент після опанування дисципліни	ЗК 04. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК 05. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 08. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 09. Здатність активно вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). СК 01. Здатність визначати та описувати характеристики організації. СК 02. Здатність аналізувати результати діяльності організації та бізнесу, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК 06. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо, формувати та підтримувати корпоративну соціальну відповідальність бізнесу. СК 07. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту у сфері бізнесу. СК 09. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань

	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"> - ПРН 03. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій - ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. - ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації. - ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації. - ПРН 15. Вміти використовувати можливості новітніх інформаційних й цифрових технологій в процесі реалізації художньої ідеї та осмислення творчого результату.. - ПРН 19. Визначати творчі можливості та перспективи особистого розвитку, володіти основними засобами психологічної саморегуляції.

Особливості навчання на курсі. Типи завдань та форми контролю	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.
Стислий опис дисципліни	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.
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися	20-80
Література	<ol style="list-style-type: none"> 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. 2. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL : https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168-no-5-6-vol-10-2005-UKR.pdf 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. 4. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ : Грамота, 2010. 288 с. 5. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рілейшнз : навчальний посібник. К., 2010. 204 с. 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.