**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Львівський національний університет імені Івана Франка**

**Економічний факультет**

**Кафедра менеджменту**

**Затверджено**

На засіданні кафедри менеджменту

Економічного факультету

Львівського національного університету імені Івана Франка

(протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

проф. Кундицький О.О.

**СИЛАБУС**

**з навчальної дисципліни «PR-менеджмент»,**

**що викладається в межах ОПП «Менеджмент організацій та адміністрування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів з спеціальності 073 «Менеджмент»**

**Львів 2020 р.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва дисципліни** |  **PR-менеджмент** |
| **Адреса викладання дисципліни** | Просп. Свободи, 18, ЛьвівЕкономічний факультет  |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Кафедра менеджменту |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | 07 «Управління та адміністрування»073 «Менеджмент» |
| **Викладачі дисципліни** | **Кохан Маріанна Остапівна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту |
| **Контактна інформація викладачів** | marianna.kokhan@lnu.edu.ua, https://econom.lnu.edu.ua/employee/kohan-m-o |
| **Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються** | Консультації в день проведення лекцій та практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через Microsoft Teams або Zoom. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або у Telegram. |
| **Сторінка курсу** | https://econom.lnu.edu.ua/course/pr-menedzhment-073 |
| **Інформація про дисципліну** | Курс розроблено таким чином, щоб надати учасникам необхідні знання, обов’язкові для того, щоб ознайомити студентів з природою, методами PR, а також інструментами управління та стратегією PR, практикою в різних сферах діяльності.. Тому у курсі представлено як огляд концепцій PR-менеджменту, так і процесів та інструментів, які потрібні для ефективного управління процесами зовнішніх комунікацій. |
| **Коротка анотація дисципліни** | Дисципліна «PR-менеджмент» є вибірковою дисципліною з спеціальності 073 «Менеджмент» для освітньої програми «Менеджмент організацій та адміністрування» , яка викладається в 5 семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS). |
| **Мета та цілі дисципліни** | Метою вивчення вибіркової дисципліни «PR-менеджмент» є ознайомлення студентів із природою та методами  PR,  технологіями, процесами інструментами управління PR, практикою PR-менеджменту в бізнесі, здобуття практичних навиків PR у процесі проведення промокампанії та організації спеціальних заходів. |
| **Література для вивчення дисципліни** | Основна література: 1. *Примак Т. О.* РR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 202 с. *URL* <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
2. Посібник з комунікації. Комунікаційні рішення для проектів Європейського Союзу в Україні. - Представництво Європейського Союзу в Україні. *URL* <http://com-dep.enefcities.org.ua/upload/files/Communications%20ToolKit%20for%20projects%202013.UA.PDF>
3. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади / упорядник З. Казанджи. - *URL* Київ <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf>
4. Нохріна, Л.А., Кравець, О.М. (2012) *Ефективні комунікації: навч. посібник.* Харківська національна академія міського господарства. *URL* [https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20п%2038Н%20НПос\_ЕфКом.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20%D0%BF%2038%D0%9D%20%D0%9D%D0%9F%D0%BE%D1%81_%D0%95%D1%84%D0%9A%D0%BE%D0%BC.pdf)
5. Києво-Могилянська академія: CI101 Комунікаційні інструменти для побудови репутації. Нуржинська А. Відеокурс / Prometeus.*URL* [*https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014\_T1/info*](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/info)

*Додаткова* |
| **Обсяг курсу** | 48годин аудиторних занять. З них 32 годин лекцій, 16 годин практичних занять та 42 години самостійної роботи |
| **Очікувані результати навчання** | Після завершення цього курсу студент буде : **Знати** * концепції Public Relations у сучасних умовах;
* організаційні форми управління PR;
* процес формування PR-стратегії;
* вимоги та профіль посади PR-менеджера;
* специфіку роботи із традиційними ЗМІ – преса, радіо, телебачення;
* природу та інструменти цифрового PR, контент-аналізу та комунікаційного аудиту;
* основи копірайтингу, написання, редагування та пошукової оптимізації текстів;
* прийоми аудіовізуального подання інформації;
* технологію організації та проведення іміджевих подій;
* методики планування, бюджетування та оцінювання ефективності PR.

**Вміти** * розробляти PR-стратегію, визначати та досліджувати цільову аудиторію, формувати цілі;
* впроваджувати PR-стратегію, планувати, організовувати й проводити PR-кампанії;
* складати результативні PR-звернення, спрямовані на конкретну цільову аудиторію;
* налагоджувати співпрацю із журналістами та медіа;
* організовувати брифінги, прес-конференції, інтерв’ю та спеціальні PR-заходи: зустрічі, презентації, онлайн-конференції, вебінари тощо;
* працювати в інтернеті із соціальними мережами (SMM), блогами і сайтами;
* проводити контент-аналіз та комунікаційний аудит;
* використовувати сучасні цифрові технології для PR;
* оцінювати результати PR-діяльності з наступним аналізом та рекомендаціями.
 |
| **Ключові слова** | PR, менеджмент, комунікації, PR-кампанія, ЗМІ, прес-реліз, контент, сайт, соціальні мережі |
| **Формат курсу** | Очний  |
|  | Проведення лекцій, лабораторних робіт та консультації для кращого розуміння тем |
| **Теми** | 1. Вступ у PR менеджмент2. Цільова аудиторія 3. Планування PR-кампанії4. Повідомлення 5. Копірайтинг6. Цифровий маркетинг та комунікації7. Івент-менеджмент і PR8. Організація PR9.Ефективність PR |
| **Підсумковий контроль, форма** | залік в кінці семеструзалік оформляється за результатами роботи студента протягом семестру  |
| **Пререквізити** | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких нормативних дисциплін «Психологія управління», «Політологія», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Основи менеджменту і адміністрування», «Маркетинг», достатніх для сприйняття категоріального апарату «PR-менеджменту» і розуміння джерел. |
| **Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу** | * Презентація,
* Лекції, в т.ч. лекції-дискусії,
* Гостьові лекції від експертів та практиків
* Робота в команді над власним проектом
* Практичні завдання з розробки і втілення промокампанії
* Проєкти кар’єрного офісу
* Залучення практиків до навчального процесу
* Екскурсія-ознайомлення з роботою PR
 |
| **Необхідне обладнання** | Вивчення курсу потребує наявності у кожного студента персонального комп’ютера (ноутбука) і смартфона, доступу до інтернету з можливістю встановлення відеозв’язку в режимі реального часу, соціальних мереж, пакету прикладних програм Office 365.  |
| **Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)** | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співідношенням:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Вид роботи | **100** |
| 1 | Робота на практичних заняттях: контрольні опитування, виконання завдань | 30 |
| 2 | Робота на онлайн лекціях: участь в дискусіях, опитуваннях, зворотній зв’язок | 15 |
| 3 | Модульний контроль: 2 тестові завдання | 30 |
| 4 | Оформлення і захист проєкту | 25 |

Максимальна кількість балів 100Залік оформляється за результатами роботи студента протягом семеструПідсумкова мінімальна кількість балів 51**Письмові роботи:** Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (розробка і оформлення проєкту «Планування та реалізація комунікаційної кампанії»). **Академічна доброчесність**: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахуванння викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. **Відвідання занять** є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні зайняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов’язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. **Література.** Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.П**олітика виставлення балів.** Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов’язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. |
| **Питання до заліку чи екзамену.** | 1. PR як вид діяльності: цілі, інструменти, напрями
2. Комунікативний процес в PR
3. PR-менеджмент. Стратегічний підхід до управління PR.
4. Алгоритм планування PR-кампанії
5. Діагностування проблеми та проведення ситуативного аналізу
6. Визначення мети та постановка завдань PR-кампанії
7. Техніки роботи з ідеями
8. Інформаційна модель — підсумковий документ: правила оформлення
9. Інформаційний привід і робота з ЗМІ
10. Формування повідомлень – основні принципи
11. Прес-реліз
12. Бекграунд
13. Факт-лист і факт-довідка
14. Лист
15. Стаття
16. Запрошення, проспект, буклет, брошура, листівка
17. Інтерв’ю
18. Прес-конференція та брифінг
19. Промова, виступ
20. Переговори
21. Презентації. Прес-тур
22. Цифровий PR
23. Корпоративний сайт
24. Пошукова оптимізація сайту. SEO
25. Соціальні мережі
26. Управління контентом в соціальних мережах
27. Месенджери – програми обміну повідомленнями
28. Відеоконтент
29. Фотоконтент
30. Інформаційний стиль
31. Креативні техніки
32. Візуалізація. Основні принципи.
33. Поліграфічні матеріали. Плакат. Флаєр. Буклет.
34. Програми для створення зображень
35. Організація подій
36. Внутрішній PR
37. Позиціонування підприємства, торгової марки, особи.
38. Формування бюджету PR-проекту.
39. Процес медіапланування: вивчення даних, формування цілей та задач, оптимізація плану, реалізація, корекція.
40. Медіа-карта, її продуктиве використання
41. Просування підприємства, торгової марки, особи
42. Антиреклама, або зниження іміджу
43. Відмежування від конкурентів
44. Комунікативні технології в PR
45. Зміст, функції і завдання професійної діяльності PR-фахівця.
46. Вимоги до особистих і професійних якостей піарника.
47. Критерії оцінки PR-діяльності.
48. PR-підрозділи у функціональній структурі організації. .
49. Принципи організації PR-агентства.
50. Регламент роботи PR-агентства і клієнта.
51. Оформлення брифа
52. Типологія та ринок PR-агентств.
 |
| **Опитування** | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу. |

СХЕМА КУРСУ «**PR-менеджмент»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тиж.  | Тема, план, короткі тези | Форма діяльності (заняття)\* \*лекція, самостійна, дискусія, групова робота)  | Література |
| 1 | 1. Вступ у PR менеджмент | ЛекціяПрактикум самостійна робота«Визначення позиціювання об’єкта» | 1. *Примак Т. О.* РR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 202 с. *URL* <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
2. Нохріна, Л.А., Кравець, О.М. (2012) *Ефективні комунікації: навч. посібник.* Харківська національна академія міського господарства. *URL* [https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20п%2038Н%20НПос\_ЕфКом.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20%D0%BF%2038%D0%9D%20%D0%9D%D0%9F%D0%BE%D1%81_%D0%95%D1%84%D0%9A%D0%BE%D0%BC.pdf)
3. Києво-Могилянська академія: CI101 Комунікаційні інструменти для побудови репутації. Нуржинська А. Відеокурс / Prometeus.*URL* [*https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014\_T1/info*](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/info)
 |
| 2 | Комунікативний процес у PR | Лекція | 1. *Примак Т. О.* РR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 202 с. *URL* <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
2. Нохріна, Л.А., Кравець, О.М. (2012) *Ефективні комунікації: навч. посібник.* Харківська національна академія міського господарства. *URL* [https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20п%2038Н%20НПос\_ЕфКом.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20%D0%BF%2038%D0%9D%20%D0%9D%D0%9F%D0%BE%D1%81_%D0%95%D1%84%D0%9A%D0%BE%D0%BC.pdf)
3. Києво-Могилянська академія: CI101 Комунікаційні інструменти для побудови репутації. Нуржинська А. Відеокурс / Prometeus.*URL* [*https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014\_T1/info*](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/info)
 |
| 3 | 2. Цільова аудиторія  | Лекція Практикум самостійна робота«Розробка портрета клієнта» | 1. *Примак Т. О.* РR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 202 с. *URL* <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
2. Нохріна, Л.А., Кравець, О.М. (2012) *Ефективні комунікації: навч. посібник.* Харківська національна академія міського господарства. *URL* [https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20п%2038Н%20НПос\_ЕфКом.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20%D0%BF%2038%D0%9D%20%D0%9D%D0%9F%D0%BE%D1%81_%D0%95%D1%84%D0%9A%D0%BE%D0%BC.pdf)
3. Києво-Могилянська академія: CI101 Комунікаційні інструменти для побудови репутації. Нуржинська А. Відеокурс / Prometeus.*URL* [*https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014\_T1/info*](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/info)
 |
| 4 | Таргетування | Лекція |  |
| 5 | 3. Планування PR-кампанії | ЛекціяПрактикум самостійна робота | 1. Посібник з комунікації. Комунікаційні рішення для проектів Європейського Союзу в Україні. - Представництво Європейського Союзу в Україні. *URL* <http://com-dep.enefcities.org.ua/upload/files/Communications%20ToolKit%20for%20projects%202013.UA.PDF>
2. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади / упорядник З. Казанджи. - *URL* Київ <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf>
 |
| 6 |  |  |  |
| 7 | 4. Формування повідомлень | Практикум самостійна робота | 1. Посібник з комунікації. Комунікаційні рішення для проектів Європейського Союзу в Україні. - Представництво Європейського Союзу в Україні. *URL* <http://com-dep.enefcities.org.ua/upload/files/Communications%20ToolKit%20for%20projects%202013.UA.PDF>
2. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади / упорядник З. Казанджи. - *URL* Київ <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf>
 |
| 8 |  | Лекція |  |
| 9 | 5. Копірайтинг | Практикум самостійна робота |  |
| 10 | 6. Цифровий маркетинг та комунікації | Лекція | 1. Посібник з комунікації. Комунікаційні рішення для проектів Європейського Союзу в Україні. - Представництво Європейського Союзу в Україні. *URL* <http://com-dep.enefcities.org.ua/upload/files/Communications%20ToolKit%20for%20projects%202013.UA.PDF>
2. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади / упорядник З. Казанджи. - *URL* Київ <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf>
 |
| 11 |  | Практикум самостійна роботаМодульний контроль 1 |  |
| 12 |  | Лекція |  |
| 13 | 7. Івент-менеджмент і PR | Практикум самостійна робота | 1. Посібник з комунікації. Комунікаційні рішення для проектів Європейського Союзу в Україні. - Представництво Європейського Союзу в Україні. *URL* <http://com-dep.enefcities.org.ua/upload/files/Communications%20ToolKit%20for%20projects%202013.UA.PDF>
2. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади / упорядник З. Казанджи. - *URL* Київ <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf>
 |
| 14 |  | Лекція |  |
| 15 | 8. Організація PR | Практикум самостійна робота | 1. *Примак Т. О.* РR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 202 с. *URL* <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
2. Нохріна, Л.А., Кравець, О.М. (2012) *Ефективні комунікації: навч. посібник.* Харківська національна академія міського господарства. *URL* [https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20п%2038Н%20НПос\_ЕфКом.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20%D0%BF%2038%D0%9D%20%D0%9D%D0%9F%D0%BE%D1%81_%D0%95%D1%84%D0%9A%D0%BE%D0%BC.pdf)
3. Києво-Могилянська академія: CI101 Комунікаційні інструменти для побудови репутації. Нуржинська А. Відеокурс / Prometeus.*URL* [*https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014\_T1/info*](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/info)
 |
| 16 | 9.Ефективність PR | Лекція | 1. *Примак Т. О.* РR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 202 с. *URL* <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
2. Нохріна, Л.А., Кравець, О.М. (2012) *Ефективні комунікації: навч. посібник.* Харківська національна академія міського господарства. *URL* [https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20п%2038Н%20НПос\_ЕфКом.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/25634/1/2009%20%D0%BF%2038%D0%9D%20%D0%9D%D0%9F%D0%BE%D1%81_%D0%95%D1%84%D0%9A%D0%BE%D0%BC.pdf)
3. Києво-Могилянська академія: CI101 Комунікаційні інструменти для побудови репутації. Нуржинська А. Відеокурс / Prometeus.*URL* [*https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014\_T1/info*](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/info)
 |

**ЗАВДАННЯ на розробку командного проєкту**

**«РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ»**

**з курсу «PR-менеджмент»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень** | **Вид роботи** | **Год.** | **Індивідуальна** | **Командна** |
|  | Оберіть проєкт і визначте його позиціювання | 2 |  | **+** |
|  | Визначте ЦА | 2 |  | **+** |
|  | Проаналізуйте ЦА | 2 |  | **+** |
|  | Визначення потреб і анкетування ЦА | 2 |  | **+** |
|  | Мета кампанії | 2 |  | **+** |
|  | Меседж / Повідомлення | 2 |  | **+** |
|  | Запустіть сторінки в соцмережах. Зробіть план публікацій. Публікуйте дописи мінімум 1 раз на тиждень  | 2 | **+** | **+** |
|  | Напишіть свою історію | 2 |  | **+** |
|  | Визначте інформаційний привід – відкриття, подія, зустріч, презентація і т.п. і розробіть план події  | 2 |  | **+** |
|  | Оберіть інструменти комунікації | 2 | **+** | **+** |
|  | Оберіть канали комунікації.Складіть контент-план  [coggle.it](https://coggle.it/)  / медіаплан | 2 | **+** | **+** |
|  | Структуруйте комунікацію. Створіть і опишіть комунікативну «воронку»  | 2 |  |  |
|  | Створіть прес-кит | 2 |  | **+** |
|  | Створіть лендінг-сайт події / товару/ послуги | 2 |  |  |
|  | Напишіть статтю-блог і опублікуйте її | 2 | **+** | **+** |
|  | Сформуйте текст електронного листа до ЦА | 2 | **+** | **+** |
|  | Розробіть плакат canva.com / photoshop / McPublisher і розмістіть його | 2 |  | **+** |
|  | Розробіть флаєр  | 2 |  | **+** |
|  | Напишіть прес-реліз і розмістіть його | 2 |  | **+** |
|  | Зробіть звіт з події – текст, фото, відео | 2 |  | **+** |
|  | Зробіть презентацію Power Point і виступіть в аудиторії | 2 |  | **+** |
|  | Оформте всі матеріали в документ «Комунікаційна кампанія ….» | 2 |  | **+** |
|  |  | 42 |  |  |