

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

О.О. Парасюк

ПРОГРАМА ТА РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»

(для студентів 4 курсу денної і 5 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, напрям підготовки – 0502 (6.030601) «Менеджмент», спеціальності - «Менеджмент організацій»).

Програма та робоча програма навчальної дисципліни «Паблік рілейшнз» (для студентів 4 курсу денної і 5 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, напрям підготовки – 0502 (6.030601) «Менеджмент», спеціальності - «Менеджмент організацій»)/ Укл. О.О.Парасюк – Харків: ХНАМГ 2009.-23с.

Укладач: О.О. Парасюк

Рецензент: проф., канд. екон. наук Є.М. Кайлюк

Рекомендовано кафедрою менеджменту і маркетингу у міському господарстві, протокол № 1 від 28.08.2008 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
1.1 Мета, предмет та місце дисципліни.....	6
1.2 Інформаційний обсяг (зміст) дисципліни (відповідно до стандартів ОПП).....	7
1.3 Освітньо-кваліфікаційні вимоги	8
1.4 Рекомендована основна навчальна література	9
Анотація програми навчальної дисципліни	10
2. РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	11
2.1. Розподіл обсягу навчальної роботи студента за спеціальностями та видами навчальної роботи	11
2.2 Зміст дисципліни	12
2.3 Розподіл часу за модулями і змістовними модулями	14
2.4 План лекційного курсу	15
2.5 План практичних занять	16
2.6 Індивідуальні завдання	16
2.7 Самостійна навчальна робота студента.....	16
2.8 Засоби контролю та структура залікового кредиту	18
2.9 Інформаційно – методичне забезпечення.	22

ВСТУП

Мета та завдання вивчення дисципліни „Паблік Рілейшнз” - формування умінь налагодження відносин з населенням, депутатським корпусом, органами самоврядування, громадою міста, ЗМІ, як основи забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства.

Вивчення курсу "Паблік рілейшнз" спрямоване на набуття теоретичних знань та практичних навичок з формування умінь налагодження відносин з населенням, депутатським корпусом, органами самоврядування, громадою міста, ЗМІ, як основи забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства.

Знання, що вони одержать з предмету «Паблік рілейшнз», допоможуть їм використовувати інструменти ПР у внутрішній та зовнішній діяльності підприємства, аналізувати використання різновидів ділових комунікацій в умовах мультикультурного середовища, розробляти інструментарій ПР для організації і проведення роботи по управлінню громадськими відносинами, готувати і проводити ПР – кампанії.

Знання, отримані за цим курсом, дозволяють знати принципи, предмет и визначення Паблік Рілейшнз. Розуміти правові умови управління громадськими відносинами, етичні норми застосування інструментів зв'язків громадськістю, організаційні основи роботи ПР – структур, розробляти механізми матеріально - технічного и фінансового забезпечення реалізації ПР – стратегій. Визначати характер и види кампаній по зв'язкам з громадськістю. Розробляти етапи формування проведення ПР – кампаній.

Предмет вивчення дисципліни - методи, форми, інструменти планування і організації, реалізації відносин із громадськістю, партнерами, держструктурами, депутатським корпусом, фінансовими органами, населенням.

В курсі розглянуті Паблік Рілейшнз як сфера професійної діяльності. Дана характеристика ПР в системі маркетингу и менеджменту. Розглянуті інструментарій ПР, організація и проведення роботи по управлінню

громадськими відносинами. Приведені етапи підготовки та проведення ПР – кампаній.

Необхідним елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни є самостійна робота студентів з літературою, довідниками та законодавчими актами.

ОКХ СВО ХНАМГ варіативна частина підготовки бакалавра напряму 0502 „Менеджмент”, 2003 р.

ОПП СВО ХНАМГ варіативна частина підготовки бакалавра напряму 0502 „Менеджмент”, 2003 р.

СВО ХНАМГ Навчальний план підготовки бакалавра напряму 0502 „Менеджмент” спеціальності 6.050200 „Менеджмент організацій”, 2006р.

Програма ухвалена кафедрою Менеджменту та маркетингу у міському господарстві, протокол № 1 від 28.08.2008 р., та Вченою радою факультету Менеджменту, протокол № 1 від 29.08.2008 р.

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1 Мета, предмет та місце дисципліни

Мета вивчення дисципліни - формування умінь налагодження відносин з населенням, депутатським корпусом, органами самоврядування, громадою міста, ЗМІ, як основи забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства.

Предмет дисципліни – методи, форми, інструменти планування і організації, реалізації відносин із громадськістю, партнерами, держструктурами, депутатським корпусом, фінансовими органами, населенням.

Навчальна дисципліна «Паблік Рілейшнз» належить до циклу дисциплін за вибором студента за напрямом підготовки 6. 030601 „Менеджмент”, спеціальності 6.030601 – «Менеджмент організацій».

В результаті вивчення дисципліни студент повинен вміти використовувати інструменти ПР у внутрішній та зовнішній діяльності підприємства, аналізувати використання різновидів ділових комунікацій в умовах мультикультурного середовища, розробляти інструментарій ПР для організації и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами, готувати і проводити ПР – кампанії. Студент повинен знати принципи, предмет и визначення Паблік Рілейшнз, правові умови управління громадськими відносинами, етичні норми застосування інструментів зв'язків громадськістю, організаційні основи роботи ПР – структур, матеріально - технічне и фінансове забезпечення реалізації ПР – стратегій, характер и види кампаній по зв'язкам з громадськістю, етапи формування та проведення ПР – кампаній.

Перелік дисциплін, на які безпосередньо спирається вивчення даної дисципліни: «Економіка підприємства», «Основи менеджменту», «Операційний менеджмент», «Управління персоналом», «Інформаційні системи в менеджменті», «Організація праці менеджерів».

1.2 Інформаційний обсяг (зміст) дисципліни (відповідно до стандартів ОПП)

Модуль 1. Паблік Рілейшнз. (1,5 / 54)

Змістовий модуль (ЗМ) 1.1 Паблік Рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту. Інструментарій ПР.

Тема 1 Паблік Рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту.

Принципи, предмет и визначення Паблік Рілейшнз. Передумови виникнення та тенденції розвитку ПР. Специфіка формування і розвитку українського ринку ПР - послуг. Взаємозв'язок і відмінності ПР із суміжними областями діяльності: журналістика, реклама и інформаційна сфера. Внутрішні функції ПР по досягненню ефективності роботи організації. ПР як механізм маркетингу. Зовнішні комунікаційні функції ПР. Формування іміджу. Подолання і запобігання кризових ситуацій. Лобіювання інтересів організації.

Для самостійного вивчення:

Цілі, методи, форми, організації планування, реалізації відносин з громадськістю. Рівні ділової культури. Менеджмент ПР у мультикультурному середовищі. Міська культура і культура міста. Західна і Східна культура. Ділові комунікації. Зв'язки з інвесторами.

Тема 2. Інструментарій ПР. Організація и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами.

Програма ПР. Засоби реалізації задач ПР. Взаємовідносини із засобами масової комунікації. Форми подачі інформаційно - новинних матеріалів. Інформаційний пакет для мас медіа. Представительські заходи. Речі, публічні виступи та ділові бесіди. Стереотипи і міфи в управлінні громадськими відносинами. Скандали и слухи в ПР - роботі. Організація неперервного процесу управління громадськими відносинами. Правові умови управління громадськими відносинами. Етичні норми застосування інструментів зв'язків громадськістю. Організаційні основи роботи ПР –

структур. Матеріально - технічне и фінансове забезпечення реалізації ПР – стратегій.

Для самостійного вивчення:

Організація прийомів, презентацій, фуршетів, „шоу”, конференцій, ярмарок. Методика організації і проведення „круглого столу”, конференцій, дня відкритих дверей.

Змістовий модуль (ЗМ) 1.2 Підготовка и проведення ПР – кампаній.

Тема 3 Підготовка и проведення ПР – кампаній.

Характер и види кампаній по зв'язкам з громадськістю. Етапи формування проведення ПР – кампаній. Розробка цілі и постановка загальних задач ПР – кампанії. Дослідження умов реалізації проекту ПР- кампанії. Формулювання концепції, розробка плану и складання кошторису кампанії. Реалізація громадської кампанії. Оцінка ефективності ПР- кампанії.

Для самостійного вивчення.

Діяльність підприємств міського господарства під час виборних кампаній. Стратегічний менеджмент і маркетинг засобами ПР.

1.3 Освітньо-кваліфікаційні вимоги

Вміння (за рівнями сформованості) та знання	Сфери діяльності (виробнича, соціально-виробнича, соціально-побутова)	Функції діяльності у виробничій сфері (проектувальна, організаційна, управлінська, виконавська, технічна, інші)
1	2	3
Використовувати інструменти ПР у внутрішній та зовнішній діяльності підприємства.	соціально - виробнича	Організаційна, управлінська, проектувальна.
Аналізувати використання різновидів ділових комунікацій в умовах мультикультурного середовища.	соціально - виробнича	Дослідницька, організаційна.

1	2	3
Розробляти інструментарій ПР для організації і проведення роботи по управлінню громадськими відносинами.	соціально - виробнича	управлінська, дослідницька
Готувати і проводити ПР – кампанії.	соціально - виробнича	Управлінська, проектувальна, організаційна.

1.4 Рекомендована основна навчальна література

1. Конспект лекцій з дисципліни „Паблік рілейшнз”.
2. Антипов К.В. Паблік рілейшнз: Учеб. пособие / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд. Дом “Дашков и К”, 2002. – 145с.
3. Блэк С. Введение в паблік рілейшнз: Пер. с англ. / С. Блэк. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 317с.
4. Дональдсон М.К. Умение вести переговоры для “чайников”: Подроб. рук. для желающих научиться правильно вести переговоры: Пер. с англ. / М.К. Дональдсон, М. Дональдсон. – Киев: Диалектика, 1999. – 359 с.
5. Доти Д.И. Паблісити и паблік рілейшнз: Пер. с англ. / Д.И. Доти. – 2-е изд., – М.: Филинь, 1998. – 286 с
6. Иванченко Г.В. Реальность Паблік рілейшнз / Г.В. Иванченко. – М.: Смысл, 1999. – 152 с. – (Бизнес-образование).
7. Катлип С.М. Паблік рілейшнз. Теория и практика: Учеб. пособие: Пер. с англ. / С.М. Катлип, А.Х. Сентер, Г.М. Брум. – 8-е изд. – М.: Изд. дом “Вильямс”, 2000. – 614 с.
8. Королько В. Основы паблік рілейшнз: Учеб. / В. Корольков. – Киев: Ваклер, 2000. – 526 с
9. Моисеев В.А. Паблік рілейшнз. Теория и практика / В. Моисеев. – 2-е изд. – М.: ИКФ “Омега-Л”, 2001. – 375 с.

- 10.Моисеев В.А. Паблик рилейшнз - Средство социальной коммуникации. Теория и практика / Киев: Дакор, 2002. – 506с.
- 11.Основы теории коммуникации: Учеб. / М.А. Василик, М.С. Вершинин, В.А. Павлов и др. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.
- 12.Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. – Киев: Ваклер, 2000. – 622 с
- 13.Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. / И.М. Синяева. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 287 с
- 14.Хэйвуд Р. Все о Public Relations: Как добиться успеха в бизнесе, используя связи с общественностью: Пер. с англ. / Р. Хэйвуд. – М.: БИНОМ, 1999. – 255с.

Анотація програми навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування умінь налагодження відносин з населенням, депутатським корпусом, органами самоврядування, громадою міста, ЗМІ, як основи забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства. Предметом є методи, форми, інструменти планування і організації, реалізації відносин із громадськістю, партнерами, держструктурами, депутатським корпусом, фінансовими органами, населенням. В курсі розглядаються наступні питання: Паблик рилейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту. Інструментарій ПР. Організація и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами. Підготовка и проведення ПР – кампаній.

2. РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Розподіл обсягу навчальної роботи студента за спеціальностями та видами навчальної роботи

Розподіл обсягу навчальної роботи студента (денна форма навчання)

Таблиця 2.1.

Спеціальність, спеціалізація (шифр, абrevіатура)	Всього кредит/годин	Семестр	Годин								Заліки (семестр)
			Аудиторні	У тому числі			Самостійна робота	У тому числі			
				Лекції	Практичні, семінари	Лабора- торні		КР	КП	РГР	
6.050200 МОНГ	1,5/54	8	15	15	-	-	39	-	-	-	+

Примітка: співвідношення кількості годин аудиторних занять і самостійної роботи становить 28% до 62 %.

Розподіл обсягу навчальної роботи студента (заочна форма навчання)

Таблиця 2.2

Спеціальність, спеціалізація (шифр, аббревіатура)	Всього кредит/годин	Семестр	Годин								Заліки (семестр)
			Аудиторні	У тому числі			Самостійна робота	У тому числі			
				Лекції	Практичні, семінари	Лабора-торні		КР	КП	РГР	
6.050200 МОНГ	1,5/54	9	8	4	4	-	46	-	-	9	+

Примітка: співвідношення кількості годин аудиторних занять і самостійної роботи становить 14 % до 86 %.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час проведення аудиторних занять: лекційних, практичних. Найбільш складні питання винесено на розгляд і обговорення під час практичних занять.

Також велике значення в процесі вивчення і закріплення знань має самостійна робота студентів. Усі ці види занять розроблені відповідно до положень Болонської декларації.

2.2 Зміст дисципліни

Модуль 1. Паблік Рілейшнз. (1,5 / 54)

Змістовий модуль (ЗМ) 1.1 Паблік Рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту. Інструментарій ПР.

Тема 1 Паблік Рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту.

Принципи, предмет и визначення Паблік Рілейшнз. Передумови виникнення та тенденції розвитку ПР. Специфіка формування і розвитку українського ринку ПР - послуг. Взаємозв'язок і відмінності ПР із суміжними областями діяльності: журналістика, реклама и інформаційна сфера. Внутрішні функції ПР по досягненню ефективності роботи організації. ПР як механізм маркетингу. Зовнішні комунікаційні функції ПР. Формування іміджу. Подолання і запобігання кризових ситуацій. Лобіювання інтересів організації.

Для самостійного вивчення:

Цілі, методи, форми, організації планування, реалізації відносин з громадськістю. Рівні ділової культури. Менеджмент ПР у мультикультурному середовищі. Міська культура і культура міста. Західна і Східна культура. Ділові комунікації. Зв'язки з інвесторами.

Тема 2. Інструментарій ПР. Організація и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами.

Програма ПР. Засоби реалізації задач ПР. Взаємовідносини із засобами масової комунікації. Форми подачі інформаційно - новинних матеріалів. Інформаційний пакет для мас медіа. Представительські заходи. Речі, публічні виступи та ділові бесіди. Стереотипи і міфи в управлінні громадськими відносинами. Скандали и слухи в ПР - роботі. Організація

неперервного процесу управління громадськими відносинами. Правові умови управління громадськими відносинами. Етичні норми застосування інструментів зв'язків громадськістю. Організаційні основи роботи ПР – структур. Матеріально - технічне и фінансове забезпечення реалізації ПР – стратегій.

Для самостійного вивчення:

Організація прийомів, презентацій, фуршетів, „шоу”, конференцій, ярмарок. Методика організації і проведення „круглого столу”, конференцій, дня відкритих дверей.

Змістовий модуль (ЗМ) 1.2 Підготовка и проведення ПР – кампаній.

Тема 3 Підготовка и проведення ПР – кампаній.

Характер и види кампаній по зв'язкам з громадськістю. Етапи формування проведення ПР – кампаній. Розробка цілі и постановка загальних задач ПР – кампанії. Дослідження умов реалізації проекту ПР- кампанії. Формулювання концепції, розробка плану и складання кошторису кампанії. Реалізація громадської кампанії. Оцінка ефективності ПР- кампанії.

Для самостійного вивчення.

Діяльність підприємств міського господарства під час виборних кампаній. Стратегічний менеджмент і маркетинг засобами ПР.

2.3 Розподіл часу за модулями і змістовними модулями

Розподіл часу за модулями і змістовними модулями наведений у табл. 2.3 та табл. 2.4.

Розподіл часу за модулями і змістовними модулями для студентів денної форми навчання.

Таблиця 2.3

Модулі та змістовні модулі	Всього кредит/годин	Форми навчальної роботи			
		Лекції	Практичні	РГР	СРС
Модуль 1.	1,5/54	15	-	-	39
ЗМ 1.1	1/36	10	-	-	26
ЗМ 1.2	0,5/18	5	-	-	13

Розподіл часу за модулями і змістовними модулями для студентів заочної форми навчання

Таблиця 2.4

Модулі та змістовні модулі	Всього кредит/годин	Форми навчальної роботи			
		Лекції	Практичні	РГР	СРС
Модуль 1	1,5/54	4	4	9	37
ЗМ 1.1	0,8/30	3	3	-	24
ЗМ 1.2	0,7/24	1	1	9	13

2.4 План лекційного курсу

План лекційного курсу з навчальної дисципліни (денне навчання)

Таблиця 2.5.

Зміст навчальної дисципліни (теми, підтеми).	Кількість годин за спеціальностями, спеціалізаціями (шифр, аббревіатура) 6.050200 - МОМГ
Тема 1. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту	5
Тема 2. Інструментарій ПР. Організація и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами.	5
Тема 3. Підготовка и проведення ПР – кампаній.	5
Разом	15

План лекційного курсу з навчальної дисципліни (заочне навчання)

Таблиця 2.6.

Зміст навчальної дисципліни (теми, підтеми).	Кількість годин за спеціальностями, спеціалізаціями (шифр, аббревіатура) 6.050200 - МОМГ
Тема 1. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту	2
Тема 2. Інструментарій ПР. Організація и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами.	1
Тема 3. Підготовка и проведення ПР – кампаній.	1
Разом	4

2.5 План практичних занять

План практичних занять для студентів заочної форми навчання наведений у табл. 2.7

План практичних занять (заочне навчання)

Таблиця 2.7

Зміст навчальної дисципліни (теми, підтеми).	Кількість годин за спеціальностями, спеціалізаціями (шифр, аббревіатура) 6.050200 - МОМГ
Тема 1. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту	2
Тема 2. Інструментарій ПР. Організація и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами.	1
Тема 3. Підготовка и проведення ПР – кампаній.	1
Разом	4

2.6 Індивідуальні завдання

Програмою дисципліни передбачено виконання розрахунково-графічного завдання. Мета виконання розрахунково-графічного завдання - оволодіння практичними навиками з маркетингу послуг.

Розрахунково-графічне завдання або контрольна робота вважаються зарахованими, якщо студент виконав роботу згідно з „Методичними вказівками для практичних занять і самостійної роботи”. Зараховане розрахунково-графічне завдання або контрольна робота є допуском до заліку.

2.7 Самостійна навчальна робота студента

Для опанування матеріалу дисципліни "Комерційна діяльність" окрім лекційних та практичних занять, тобто аудиторної роботи, значну увагу необхідно приділяти самостійній роботі.

Основні види самостійної роботи студента:

1. Вивчення додаткової літератури.
2. Підготовка до практичних занять.
3. Підготовка до проміжного й підсумкового контролю.
4. Виконання самостійних завдань.
5. Виконання РГЗ або контрольної роботи.

Розподіл самостійної роботи по темам.

Таблиця 2.8

Зміст навчальної дисципліни (теми, підтеми).	Література	Обсяг у годинах	
		Денне навчання СРС	Заочне навчання СРС
1	2	3	4
Тема 1. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності. ПР в системі маркетингу и менеджменту Підтеми для самостійної роботи: Цілі, методи, форми, організації планування, реалізації відносин з громадськістю. Рівні ділової культури. Менеджмент ПР у мультикультурному середовищі. Міська культура і культура міста. Західна і Східна культура. Ділові комунікації. Зв'язки з інвесторами.	№ 1, 7, 13, 4, 14	13	11
Тема 2. Інструментарій ПР. Організація и проведення роботи по управлінню громадськими відносинами. Підтеми для самостійної роботи: Організація прийомів, презентацій, фуршетів, „шоу”, конференцій, ярмарок. Методика організації і проведення „круглого столу”, конференцій, дня відкритих дверей.	№1, 2, 6, 8, 9, 11	13	13

Продовження табл.2.8

1	2	3	4
Тема 3. Підготовка и проведення ПР – кампаній. Підтеми для самостійної роботи: Діяльність підприємств міського господарства під час виборних кампаній. Стратегічний менеджмент і маркетинг засобами ПР.	№1, 3, 5, 10, 12	13	13
Контрольна робота		-	9
Разом		39	46

2.8 Засоби контролю та структура залікового кредиту

Система оцінювання знань, вмінь і навичок студентів передбачає оцінювання всіх форм вивчення дисципліни.

Перевірку й оцінювання знань студентів викладач проводить в наступних формах:

1. Оцінювання роботи студентів у процесі практичних занять.
2. Оцінювання виконання РГЗ.
3. Оцінювання засвоєння питань для самостійного вивчення.
4. Проведення проміжного контролю.
5. Проведення підсумкового контролю.

Засоби контролю та структура залікового кредиту для студентів денної і заочної форм навчання наведені у табл. 2.9.

Засоби контролю та структура залікового кредиту для студентів денної
форми навчання

Таблиця 2.9.

Види та засоби контролю (тестування, контрольні роботи, індивідуальні завдання тощо)	Розподіл балів, %
МОДУЛЬ 1. Поточний контроль зі змістових модулів	
ЗМ 1.1 Тестування	20
ЗМ 1.2 Завдання 1	40
Підсумковий контроль	40
Всього за модулем	100

Засоби контролю та структура залікового кредиту для студентів заочної
форми навчання

Таблиця 2.10.

Види та засоби контролю (тестування, контрольні роботи, індивідуальні завдання тощо)	Розподіл балів, %
МОДУЛЬ 1. Поточний контроль зі змістових модулів	
Перевірка знань з тем 1, 2, 3, 4, 5; Тестування	50
РГЗ	50
Всього за модулем	100 %

**Порядок поточного оцінювання знань студентів денної форми
навчання**

Поточне оцінювання здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

1. активність і результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни;
2. відвідування занять;
3. виконання завдання;
4. виконання поточного контролю;

Оцінку "відмінно" ставлять за умови відповідності виконаного завдання студентом за усіма зазначеними критеріями. Відсутність тієї чи іншої складової знижує оцінку.

Критерії оцінювання індивідуального разрахунково - графічного завдання

РГЗ оцінюють за такими критеріями:

1. самостійність виконання;
2. логічність і послідовність викладання матеріалу;
3. повнота розкриття теми;
4. використання й аналіз додаткових літературних джерел;
5. наявність конкретних пропозицій;
6. якість оформлення.

Оцінку "відмінно" ставлять за умови відповідності виконаного завдання студентом за всіма зазначеними критеріями та його захист. Відсутність тієї чи іншої складової знижує оцінку на відповідну кількість балів. Захист РГЗ проводять наприкінці другого змістового модуля, який є умовою допуску до підсумкового контролю (заліку).

Проведення поточного контролю

Поточний контроль (тестування) здійснюється для студентів денного та заочного навчання та оцінюється за питаннями, які винесено на лекційні заняття, самостійну роботу і практичні завдання. Поточний контроль проводять в усній формі після того, як розглянуто весь теоретичний матеріал в межах кожної теми змістового модуля.

Проведення підсумкового тестового контролю з Модулю 1

Умовою допуску до заліку студентів денного навчання є здача та захист усіх завдань та РГР.

У разі, якщо студент виконав усі завдання з кожного змістового модуля та сума накопичення балів за всіма змістовими модулями не менша, ніж 50 балів та успішно здав РГР, він може отримати залік не складаючи підсумкового тесту.

Підсумкову оцінку з дисципліни виставляють в національній системі оцінювання результатів навчання і в системі ECTS згідно з методикою переведення показників успішності знань студентів Академії в систему оцінювання за шкалою ECTS (табл. 2.10).

Шкала оцінювання навчальних досягнень студентів

Таблиця 2.11.

% набраних балів	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
більше 90-100 включно	Відмінно	A
більше 80-90 включно	Добре	B
більше 70-80 включно	Добре	C
більше 60-70 включно	Задовільно	D
більше 50-60 включно	Задовільно	E
більше 25-50 включно	Незадовільно з можливістю повторного оцінювання	FX
від 0 до 25 включно	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням	F

Порядок оцінювання знань студентів заочної форми навчання

Для студентів заочної форми навчання передбачені наступні види контролю засвоєних знань:

1. Виконання усіх завдань (див. табл. 2.9);
2. Виконання РГР з курсу, яка є допуском до заліку.

Проведення підсумкового заліку з Модулю 1

Викладач оцінює роботу студента згідно зі шкалою оцінювання наданою у табл. 2.10.

2.9 Інформаційно – методичне забезпечення.

1. Конспект лекцій з дисципліни „Паблік рілейшнз”.
2. Антипов К.В. Паблік рілейшнз: Учеб. пособие / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд. Дом “Дашков и К”, 2002.
3. Блэк С. Введение в паблік рілейшнз: Пер. с англ. / С. Блэк. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 317с.
4. Дональдсон М.К. Умение вести переговоры для “чайников”: Подроб. рук. для желающих научиться правильно вести переговоры: Пер. с англ. / М.К. Дональдсон, М. Дональдсон. – Киев: Диалектика, 1999. – 359 с.
5. Доти Д.И. Паблісити и паблік рілейшнз: Пер. с англ. / Д.И. Доти. – 2-е изд., – М.: Филинь, 1998. – 286 с
6. Иванченко Г.В. Реальность Паблік рілейшнз / Г.В. Иванченко. – М.: Смысл, 1999. – 152 с. – (Бизнес-образование).
7. Катлип С.М. Паблік рілейшнз. Теория и практика: Учеб. пособие: Пер. с англ. / С.М. Катлип, А.Х. Сентер, Г.М. Брум. – М “Вильямс”, 2000.
8. Королько В. Основы паблік рілейшнз: Учеб. / В. Корольков. – Киев: Ваклер, 2000. – 526 с
9. Моисеев В.А. Паблік рілейшнз. Теория и практика / В. Моисеев. – 2-е изд. – М.: ИКФ “Омега-Л”, 2001. – 375 с.
10. Моисеев В.А. Паблік рілейшнз - Средство социальной коммуникации. Теория и практика / Киев: Дакор, 2002. – 506с.
11. Основы теории коммуникации: Учеб. / М.А. Василик, М.С. Вершинин, В.А. Павлов и др. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.
12. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. – Киев: Ваклер, 2000. – 622 с
13. Синяева И.М. Паблік рілейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. / И.М. Синяева. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 287 с
14. Хэйвуд Р. Все о Public Relations: Как добиться успеха в бизнесе, используя связи с общественностью: Пер. с англ. / Р. Хэйвуд. – М.: БИНОМ, 1999. – 255с.

Навчальне видання

Програма та робоча програма навчальної дисципліни «Паблік рілейшнз» (для студентів 4 курсу денної і 5 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, напрям підготовки – 0502 (6.030601) «Менеджмент», спеціальності - «Менеджмент організацій»).

Укладач: Олена Олегівна Парасюк

План 2009, поз. 617 Р

Підп. до друку 23.11.09 р.	Формат 60x84 1/16	Папір офісний
Друк на ризографі.	Умовн.-друк. арк. 1,0	Обл.-вид. арк. 1,3
Замовл. №5874	Тираж 10 прим.	

61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції, 12

Сектор оперативної поліграфії ЦНІТ ХНАМГ

61002, Харків, вул. Революції, 12