

**Силабус навчальної дисципліни
«PR-менеджмент і бренд-менеджмент»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: Управління закладом освіти

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Курс: 2

Семестр: 3

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Гарматюк Олена Валентинівна Посада: ст. викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом. E-mail: harmatiuk.o@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=7381
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вільного вибору.
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (20год.), практичні (20год.), самостійна робота (80год.)
	Заочна форма: лекції (бгод.), практичні (бгод.), самостійна робота (108 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Умови виникнення, становлення й розвитку публік рілейшнз як науки та мистецтва, її предмет, об'єкт і основні категорії, особливості засобів його функціонування, складові, напрями, форми діяльності публік рілейшнз, канали поширення та методологія збору інформації для успішного функціонування PR-структур. Теоретичні засади актуальних концепцій бренда та брендингу, головні принципи та механізми з таких напрямків роботи, як роль бренд-менеджменту в організації просування продукту, позиціонування та бренд-менеджмент, інтегровані комунікації бренд-менеджменту, моделі формування та розвитку бренду, особливості управління брендингом, організаційно-економічні аспекти брендингу, марочне бачення, стратегії розуміння та спрямування потреб споживачів, брендинг як основа 4 побудови комунікаційної концепції маркетингу (ККМ), стратегії розвитку

	бренду як рухомої сили стратегії розвитку бізнесу.
Чому це треба вивчати?	<p>Формування і розвиток у здобувачів особистісних якостей та формування загальнокультурних (універсальних) компетенцій у вигляді системи знань про теоретичні засади та практичні навички у сфері паблік рілейшнз для використання у професійній діяльності.</p> <p>Формування компетенцій у студентів, що дозволяють формувати, розвивати та ефективно управляти брендами підприємств і набуття практичних навичок побудови, управління та оцінки ефективності корпоративного бренду.</p>
Яких результатів можна досягнути?	<p>Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління закладом освіти в непередбачуваних умовах.</p> <p>Ідентифікувати проблеми в організації (закладі освіти) та обґрунтовувати методи їх вирішення.</p> <p>Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.</p> <p>Здатність сприяти розвитку в учасників освітнього процесу патріотизму, поваги та дбайливого ставлення до національних, історичних, культурних цінностей, нематеріальної культури українського народу.</p> <p>Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї.</p> <p>Планувати діяльність організації (закладу освіти) в стратегічному та тактичному розрізах.</p> <p>Здатність приймати та ухвалювати рішення, що ґрунтуються на оцінці існуючих альтернатив та ризиків</p>
Як можна використати набуті знання та уміння?	<p>Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими заклад освіти визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.</p> <p>Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління закладом освіти.</p> <p>Здатність забезпечувати стратегічне управління розвитком закладу освіти.</p>
Зміст дисципліни	<p>Предмет, об'єкт і основні категорії паблік рілейшнз як науки та управлінської діяльності.</p> <p>Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю (ЗЗГ, PUBLIC RELATIONS).</p> <p>Організація роботи в паблік рілейшнз.</p> <p>Особливості планування ПР-кампаній.</p> <p>Інформаційний привід – основа підготовки документів для роботи з ЗМІ.</p> <p>Інші засоби взаємодії підприємства та ЗМІ.</p> <p>Комунікативні технології в ПР.</p> <p>Ефективність ПР-кампаній.</p> <p>Псевдотехнології ПР та протидія ним.</p> <p>Засади, суть, поняття, функції бренд-менеджменту.</p> <p>Розробка та просування бренду.</p> <p>Ступінь лояльності до бренду.</p> <p>Управління портфелем брендів.</p> <p>Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів.</p> <p>Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.</p> <p>Основи ребрендингу. Методичні підходи до ребрендингу.</p> <p>Основи оцінювання брендингу.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Опанування методологічного апарату організації паблік рілейшнз, набуття здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення діяльності у сфері паблік рілейшнз.</p> <p>Освоєння теоретичних знань з бренд-менеджменту та сучасних тенденцій</p>

	брендингу; набуття умінь управління даною сферою діяльності організації.
Міждисциплінарні зв'язки	Стратегічне управління розвитком закладу освіти та техніка управлінської діяльності.
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<p>1. Паблік рилейшнз : навч.-метод посіб. / МОН України ; Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Гарматюк О. В. ; [рец.: Божкова В. К., Хлівна І. В., Подзігун С. М.]. Умань : Візаві, 2019. 248.</p> <p>2. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2007. 223 с.</p> <p>3. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз [Текст] : навчальний посібник. Київ : Знання, 2000. 506 с.</p> <p>4. Маркетингові комунікації : навчально-методичний посіб. / уклад. Король Інна Володимирівна ; [рец. Пенькова О. Г., Чирва О. Г.]. Умань : Візаві, 2017. 151 с.</p> <p>5. Бренд-менеджмент : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / МОН України, Уманський ДПУ імені Павла Тичини, Ін-т соціальної та економічної освіти, Економічний ф-т ; уклад. Т. О. Гнатюк ; [рец. Г. Г. Ніколаєв, І. М. Кирилюк]. Умань : УДПУ, 2013. 144 с.</p> <p>6. Зозульов О. В., Писаренко Н. Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. Київ : Знання-Прес, 2004. 199 с.</p> <p>7. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с.</p> <p>8. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Бренд-менеджмент : [навч. посібник для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. 230 с.</p>
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
Підсумковий контроль	Екзамен. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник

Гарматюк Олена Валентинівна