

	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
---	--	---

Назва курсу	PR-менеджмент
Викладачі	Рябоволик Тетяна Федорівна , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність, освітня програма	Рівень вищої освіти: другий (магістерський) Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D7 «Торгівля» Освітньо-професійна програма: «Підприємництво та торгівля у смарт-середовищі»
Контактний телефон	+38(050)0871913
E-mail	ryabovolik@ukr.net
Обсяг та ознаки дисципліни	Обов'язкова дисципліна спеціальної (фахової) підготовки, змістових модулів – 2. Форма контролю: екзамен. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 32 годин, практичні заняття – 16 годин, самостійна робота – 72 години. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська Рік викладання – 2025-2026 навчальний рік
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber за домовленістю.
Пререквізити	Враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна вивчається після опанування наступних курсів: «Психологія розвитку та самоменеджменту», «Business communication in professional and public activities», «Підприємництво в смарт-середовищі», «Технології управління торговельною діяльністю в диджитал сфері», «Стратегічний та інноваційний розвиток у сфері підприємництва та торгівлі».

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «PR-менеджмент» є формування у здобувачів вищої освіти системних знань про теоретичні засади, методи та інструменти PR-менеджменту в умовах смарт- та цифрового середовища, розвиток практичних навичок організації PR-діяльності у різних сферах (ІТ, торгівля, соціальні мережі), здатності ефективно застосовувати сучасні PR-технології для просування брендів, компаній і продуктів, забезпечення корпоративної репутації та комунікаційної безпеки.

Завдання вивчення дисципліни:

- ознайомити здобувачів з історією становлення та еволюцією PR-менеджменту, його принципами, функціями та місцем у сучасному бізнес-середовищі;
- сформулювати знання про структуру PR-процесів, шляхи їх побудови та ефективної організації у компаніях, зокрема з використанням аутсорсингових моделей;
- розвинути компетентності у сфері цифрового PR: робота з соціальними мережами, використання VR/AR/XR-технологій, інструментів мобільного маркетингу та методів оцінки ефективності онлайн-просування;
- надати практичні навички побудови PR-стратегій для ІТ-компаній, запуску PR-супроводу нових ІТ-продуктів та застосування інфоприводів у глобальній конкуренції;
- ознайомити з правовими, етичними та безпековими аспектами PR-менеджменту: захист персональних даних, інтелектуальної власності, конкурентна та корпоративна розвідка;
- розкрити роль PR у поєднанні з HR-менеджментом та маркетингом у формуванні позитивного корпоративного іміджу, внутрішніх і зовнішніх комунікацій;
- сформулювати уявлення про специфіку PR-діяльності у сфері торгівлі (B2B і B2C), її інструменти, актуальні тренди та методи оцінки ефективності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог

Загальні компетентності

- ЗК1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- ЗК2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;
- ЗК3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- ЗК4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;

Спеціальні компетентності

СК3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі;

СК4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності;

СК7. Здатність обирати і використовувати методи та технології для ведення підприємницької та торговельної діяльності із застосуванням цифрових інструментів та засобів PR-менеджменту.

Програмні результати навчання

ПРН 1. Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

ПРН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.

ПРН 3. Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.

ПРН 4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

ПРН 5. Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.

ПРН 9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

ПРН 10. Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.

ПРН 14. Використовувати новітні засоби та методи ведення підприємницької та торговельної діяльності з використанням PR технологій і цифрових інструментів в умовах розвитку смарт-середовища.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотраїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркокових навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Завдання
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади PR-менеджменту у смарт-середовищі			
1	Тема 1. Історія виникнення та розвитку PR-менеджменту 1.1. Передісторія паблік рилейшнз. 1.2. Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю. 1.3. Еволюція та основні етапи виникнення і розвитку ПР. Смарт-підхід і сталий розвиток.	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Обговорення та розподіл командних та індивідуальних завдань.
2	Тема 2. Сутність, принципи і функції PR-менеджменту 2.1. Значення, проблематика і сутність паблік рилейшнз. 2.2. Принципи встановлення і підтримки паблік рилейшнз. 2.3. Правила і функції паблік рилейшнз.	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
3	Тема 3. Шляхи та методи розбудови сучасного PR-процесу 3.1. Структура сучасного PR-процесу 3.2. Створення та налагодження роботи підрозділів по роботі з громадськістю та ЗМІ 3.3. Робота із PR-супроводження в режимі аутсорсингу	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
4	Тема 4. PR-діяльність у цифровому середовищі 4.1. PR-технологій у просуванні цифрових проєктів в умовах глобальної конкуренції. 4.1.1. Шляхи впливу українських IT-фахівців на IT-сектор інших країн 4.1.2. Основні фактори використання PR-інструментів для IT-компаній. 4.1.3. Ключові причини формування окремої аудиторії IT-проєкту із застосування PR-технологій 4.1.4. Можливості VR-/AR-/XR-технологій як складової PR-технології для просування проєктів в цифровому середовищі 4.2. Маркетинг та PR-діяльність компанії в цифровому середовищі 4.2.1. Спільні риси та основні відмінності між маркетингом та PR-діяльністю компаній в цифровому середовищі 4.2.2. Ключові аспекти побудови ефективних внутрішніх комунікацій та спільнот в компанії як чинника покращення маркетингової та PR-діяльності в умовах цифровізації. 4.3. Побудова PR-у нового IT-продукту з нуля. 4.3.1. Відмінність PR-у в IT-сфері від традиційних методів в комунікації та просуванні звичайних продуктів 4.3.2. Ключові кроки запуску PR-у нового IT-продукту з нуля.	12	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.

	4.3.3. Використання «інфоприводу» як інструменту в PR-діяльності.		
5	Тема 5. PR у соціальних мережах 5.1. Базові основи, історія виникнення та розвитку віртуальних соціальних мереж 5.2. Соціальні мережі в роботі сучасного PR-фахівця. Базові інструменти просування контенту в соціальних мережах 5.3. Прийоми та засоби промоції контенту в соціальних мережах. Мобільний маркетинг. 5.4. Технології оцінювання ефективності просування у соціальних мережах та мережі Інтернет у цілому	12	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
6	Тема 6. PR-менеджмент та корпоративна інформаційна безпека 6.1. PR та конкурентна розвідка 6.2. PR та корпоративна контррозвідка 6.3. Новітній інструментарій забезпечення корпоративної інформаційної безпеки.	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
7	Тема 7. Правове поле PR-діяльності 7.1. Законодавче регулювання PR-діяльності 7.2. Етика та відповідальність у PR-діяльності 7.3. Захист персональних даних та конфіденційності в PR-діяльності. Авторське право та інтелектуальна власність. 7.4. Відповідальність за порушення PR-діяльності. Відносини зі ЗМІ та соціальними мережами.	12	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
8	Тема 8. Роль PR та HR у розвитку компанії 8.1. Визначення PR та HR-менеджменту у бізнесі 8.2. Вплив корпоративного іміджу на залучення клієнтів і талантів 8.3. Взаємозв'язок зовнішнього та внутрішнього PR у роботі з персоналом.	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
Модуль 2. PR-діяльність в торгівлі			
9	Тема 9. Сутність та особливості PR у сфері торгівлі 9.1. Сутність PR у сфері торгівлі 9.2. Особливості PR у сфері торгівлі	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
10	Тема 10. Інструменти та специфіка PR у роздрібній, оптовій торгівлі та різних сегментах B2B і B2C. 10.1. Інструменти PR у торгівлі 10.2. Специфіка PR у роздрібній та оптовій торгівлі: роздрібна торгівля (B2C), оптова торгівля (B2B) 10.3. PR інструменти у сегментах B2B та B2C	12	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
11	Тема 11. Тренди, майбутнє та ефективність PR-кампаній у сфері торгівлі	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини

	11.1. Актуальні тренди PR у торгівлі 11.2. Майбутнє PR у сфері торгівлі 11.3. Оцінка ефективності PR-кампаній у торгівлі		Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
12	Тема 12. Вплив PR-технологій на формування поведінки покупців 12.1. Роль PR-технології у формуванні купівельних звичок споживачів. 12.2. Сучасні різновиди психологічних механізмів у PR-технологіях.	9	Усне опитування, робота з термінологією та володіння нею. Обговорення теоретичної частини Вирішення аналітичних задач та розбір практичних кейсів. Презентація індивідуальних та командних завдань.
	Разом	120	

5. Система оцінювання та вимоги

Протягом семестру здобувач може отримати max. 60 балів, у тому числі: перший рубіжний контроль – 30 балів, другий рубіжний контроль – 30 балів; 40 балів виносяться на іспит. По поточному контролю здобувач може набрати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, тестування, презентації індивідуальних завдань, вирішення практичних задач та кейсів.

При виставленні загальної оцінки за іспит враховуються результати навчальної роботи здобувача протягом семестру.

Критерії оцінки іспиту:

оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) заслуговує здобувач, який:

- всебічно, систематично і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв основну і ознайомлений з додатковою літературою, яка рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;
- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;
- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

оцінку «добре» (82-89 балів, В) – заслуговує здобувач, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправляє, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;

оцінку «добре» (74-81 бал, С) заслуговує здобувач, який:

- в загальному роботу виконав, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;

- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;

- опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою;

оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) – заслуговує здобувач, який:

- знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;

- виконує завдання, але при рішенні допускає значну кількість помилок;

- ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;

- допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) – заслуговує здобувач, який:

- володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) – виставляється студенту, який:

- виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

оцінку «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється студенту, який:

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;

- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;

- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

6. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Вілл Сторр. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. Книга. Київ : Наш формат, 2022. 224 с.
2. Каплунов Денис. Королі соціальних мереж. Книга. Київ : BOOKSHEF, 2022. 432 с.
3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : книга. К. : Центр учбової літератури, 2020, 202 с.
4. Роулз Деніел Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань : книга. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
5. Сесілія Канг, Шіра Френкель. Огидна правда. Facebook: за лаштунками боротьби за першість. Книга. Київ : Vivat, 2022. 336 с.
6. Boryshkevych I. Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution. Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University. 2021. Vol. 8(3). pp. 52-59. URL: <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59>

Додаткові:

7. Suprunenko, S., Pishenina, T., Pitel, N., Voronkova, A., & Riabovolyk, T. (2024). Analysis of the Impact of Globalization Trends in the Digital Economy on Business Management and Administration Systems of Enterprises . Futurity Economics&Law, 4(2), 131–147. <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.06.25.08>
8. Riabovolyk Tetiana. The Right to Image: How Self-Management and Legal Literacy Shape a Responsible PR Professional. / Lypchanskyi Volodymyr, Kramar Bohdan. - Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит – Energy saving. Power engineering. Energy audit. – № 3 (206). Харків: НТУ "ХПІ", 2025. URL: <http://eee.khpi.edu.ua/article/view/332022> DOI: <https://doi.org/10.20998/2313-8890.2025.03.09>
9. Riabovolyk Tetiana. CONSUMER DEVELOPMENTAL PSYCHOLOGY: HOW PUBLIC RELATIONS (PR) TECHNOLOGIES SHAPE BUYER BEHAVIOR. / Lypchanskyi Volodymyr. - Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит – Energy saving. Power engineering. Energy audit. – № 2 (205). Харків: НТУ "ХПІ", 2025. URL: <http://eee.khpi.edu.ua/article/view/327017> DOI: <https://doi.org/10.20998/2313-8890.2025.02.06>
10. Рябоволик , Т. Ф., & Пітел, Н. С. (2025).Інтеграція інновацій та цифрових каналів комунікації в управлінні сучасними торговельними підприємствами. Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2025. – Вип. 45.<http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi> DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-45-08>

11. Riabovolyk Tetiana. Legal Dimensions and Ethical Norms of Public Relations Practice in the Digital Age. /Fomichov Kostiantyn, Lypchanskyi Volodymyr. - Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит – Energy saving. Power engineering. Energy audit. – № 5 (207). Харків: НТУ "ХПІ", 2025. (подано до друку) DOI: <https://doi.org/10.20998/2313-8890.2025.06.06>

12. Рябоволик Т.Ф., Пітел Н.С. Стратегічний розвиток інноваційних бізнес-моделей у цифровій торговельній екосистемі. Актуальні питання економічних наук № 12 (2025) DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15784416>

<https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/622>

13. Річ Лі Міфі про PR : книга. Харків : Фабула, 2020. 272 с. . URL: https://www.yakaboo.ua/ua/mifi-pro-pr.html#media_popup_fragment

14. Губіна А. М., Нетребя М. М., Хлебнікова Т. М. Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. Наукові перспективи. 2021. № 11(17). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/705/707>

15. Хто за що відповідає на етапі Presale. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/hto-za-shho-vidpovidaje-na-etapi-presale/>

16. Як стати Product Manager з нуля чи інших ІТ-спеціальностей. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/yak-stati-product-manager/>

17. LinkedIn — головне джерело лідів в 2024? 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/linkedin-golovne-dzherelo-lidiv-v-2024/>

18. SEO-лідогенерація:безкоштовні методи для прокачки сайту. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/seo-lidogeneracziyabezkoshtovni-metodi-dlyaprokachki-sajtu/>

19. Pivot: що це таке і як розгорнути стартап. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/pivot-shho-cze-take-i-yak-rozgornuti-startap/>

20. Складаємо контент-план: як знайти цікаві теми для постів. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/skladajemo-kontent-plan-yak-znajti-czikavi-temi-dlyapostiv/>

Електронні ресурси:

1. Noblet Media CIS URL: <http://www.nobletmedia.com.ua>

2. Open Mind (компанія OMCG) URL: <http://omcg.com.ua>

3. PRESS-SERVICE – PR-агентство URL: <http://press-service.com.ua>

4. Publicity Creating URL: <http://www.publicity.com.ua>

5. Асоціація політичних консультантів України. URL: <http://www.piar.kiev.ua/>

6. Всеукраїнський портал про PR URL: <http://propr.com.ua>.

7. Global Alliance for Public Relations and Communications Management. URL: <http://www.online-pr.com>

8. International Communications Consultancy Organisation URL: <http://www.iccopr.com>

9. Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>

10. Інтернет-портал для управлінців. URL: www.Management.com.ua

11. Курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>

12. Національна служба посередництва і примирення. URL:

www.nspp.gov.ua

13. Портал управління змінами. URL: <https://pdp.nacs.gov.ua/>

14. Психологічний захист та його механізм. URL: www.horting.org.ua/note/1455

15. Сайт наукової бібліотеки «Буковина». URL: <http://buklib.net>

16. Сайт Національної бібліотеки імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

17. Український центр медіації. URL: www.kmbs.ua/storage/files/_brochure.pdf

18. International Security and Partnership Center, Центр міжнародної безпеки та партнерства. URL: www.ispc.org.ua

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри ЕМ та КД, Протокол №1 від «28» серпня 2025 р.