

## СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

### Паблік рилейшнз

для здобувачів вищої освіти 1 курсу заочної форми здобуття освіти (1,6 з)  
освітньої програми «Управління охороною здоров'я та фармацевтичним бізнесом»  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
магістерського рівня вищої освіти

### ВИКЛАДАЧІ



Малініна

Наталя Геннадіївна

malinina\_nata@ukr.net

**1. Назва закладу вищої освіти та підрозділу:** Національний фармацевтичний університет, кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу.

**2. Адреса кафедри:** м. Харків, вул. Валентинівська, 4, 3-й поверх, т. 0572-67-91-72.

**3. Веб-сайт кафедри:** <http://mmf.nuph.edu.ua/>.

**4. Інформація про викладачів:**

**Малініна Наталя Геннадіївна**

*Кандидат фармацевтичних наук, доцент кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу Національного фармацевтичного університету. Досвід наукової діяльності – 16 років, досвід науково-педагогічної діяльності – 14 років. Читає курси: «Паблік рилейшнз», «Менеджмент та маркетинг у фармації», «Етика та деонтологія у фармації», «Маркетингова діяльність підприємства», «Менеджмент і маркетинг в охороні здоров'я», «Менеджмент в сфері фізичної терапії», «Основи менеджменту». Наукові інтереси: менеджмент, маркетинг, паблік рилейшнз.*

**5. Консультації відбуваються онлайн відповідно до графіку, який розміщено на сайті кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу (за посиланням <https://mmf.nuph.edu.ua/?p=5716>).**

**6. Анотація освітньої компоненти:** освітня компонента «Паблік рилейшнз» є вибірковою для другого (магістерського) рівня зі спеціальності 073 «Менеджмент», освітня програма «Управління охороною здоров'я та фармацевтичним бізнесом» (1,6 з), 1 курсу.

**7. Мета викладання освітньої компоненти:** метою викладання освітньої компоненти є набуття знань про теоретичні аспекти та організаційно-методичні основи формування зав'язків з громадськістю в системі управління ринковою діяльністю організацій.

**8. Компетентності відповідно до освітньої програми:**

**Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК):**

*ЗК 2. Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).*

*ЗК 3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.*

**Hard-skills / Фахові (спеціальні) компетентності (ФК):**

СК 2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.

СК 5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію

СК 11. Здатність використовувати у професійній діяльності знання нормативно-правових, законодавчих актів України та інших країн світу в сфері управління, господарської діяльності і охорони здоров'я.

#### **9. Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН 6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.

#### **10. Статус освітньої компоненти: вибіркова.**

**11. Пререквізити освітньої компоненти:** «Економіка і організація діяльності закладів охорони здоров'я», «Обґрунтування господарських рішень і управління ризиками», «Інформаційні системи і технології в управлінні».

**12. Обсяг освітньої компоненти:** для 073МО (1,63) 4,0 кредити ЕКТС: 10 годин аудиторних занять із них: 4 – годин лекцій, 4 – практичних занять, 2 – семінарських занять, 110 годин – самостійної роботи.

#### **13. Організація навчання:**

**Форма викладання освітньої компоненти:**

##### **Зміст освітньої компоненти:**

**Змістовий модуль 1.** Теоретичне обґрунтування зв'язків з громадськістю в управлінні ринковою діяльністю організації

**Тема 1.** Теоретичні основи діяльності у сфері паблік рилейнз

**Тема 2.** Структура ПР- діяльності організації

**Тема 3.** Планування зв'язків з громадськістю

**Тема 4.** Організація заходів паблік рилейнз

**Тема 5.** Етичні основи зв'язків з громадськістю

**Тема 6.** Зв'язки з громадськістю та кризове управління організацією

**Змістовий модуль 2.** Практичні аспекти використання зв'язків з громадськістю в діяльності організації

**Тема 7.** Загальні принципи взаємодії з засобами масової інформації

**Тема 8.** Принципи роботи з групами громадськості

**Тема 9.** Формування іміджу організації

**Тема 10.** Паблік рилейнз у формуванні корпоративної культури організації

**Тема 11.** Оцінка ефективності ПР- діяльності організації

#### **14. Види та форми контролю:**

##### **Види та форми контролю:**

**Поточний контроль:** усне опитування, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних задач.

**Контроль змістових модулів:** складання тестових завдань, відповіді за білетом модулю (теоретичне питання, 10 тестових завдань та практична ситуація).

**Форма семестрового контролю:** семестровий залік.

**Умови допуску до контролю змістових модулів:** для допуску до контролю змістовного модулю необхідна наявність мінімальної кількості балів за кожне заняття змістового модулю.

**Умови допуску до семестрового контролю:** поточний рейтинг більше 60 балів, відсутність невідпрацьованих пропусків практичних занять, виконання всіх вимог, які передбачені робочою програмою освітньої компоненти.

#### **15. Система оцінювання з освітньої компоненти:**

**Система оцінювання з освітньої компоненти:**

Результати семестрового контролю у формі семестрового заліку оцінюються за 100-бальною, недиференційованою шкалою («зараховано», «не зараховано») та за шкалою ECTS.

*Бали з освітньої компоненти нараховуються за таким співвідношенням:*

Види оцінювання	Максимальна кількість балів (% від кількості балів за модуль - для змістових модулів)
<b>Модуль 1</b>	
Змістовий модуль 1. Теоретичне обґрунтування зв'язків з громадськістю в управлінні ринковою діяльністю організації: <i>Оцінювання тем (1 – 6): усне опитування, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних задач;</i> <i>Контроль змістовного модуля 1: складання тестових завдань, надання відповіді за білетом модулю (теоретичне питання, практичне завдання та 10 тестових завдань).</i>	50 (50 %)
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти використання зв'язків з громадськістю в діяльності організації: <i>Оцінювання тем (7 – 11): усне опитування, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних задач;</i> <i>Контроль змістовного модуля 2: складання тестових завдань, надання відповіді за білетом модулю (теоретичне питання, практичне завдання та 10 тестових завдань).</i>	50 (50 %)
<b>Семестровий контроль з модуля 1</b>	<b>100</b>

**Самостійна робота здобувачів вищої освіти оцінюється під час поточного контролю та під час контролю змістового модуля.**

**16. Політики освітньої компоненти:**

*Політика щодо академічної доброчесності.* Ґрунтується на засадах академічної доброчесності, наведених в ПОЛ «Про заходи щодо запобігання випадків академічного плагіату у НФаУ». Списування при оцінюванні успішності здобувача вищої освіти під час контрольних заходів на практичних заняттях, контролю змістових модулів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати (есе-повідомлення) повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем.

*Політика щодо відвідування занять.* Здобувач вищої освіти зобов'язаний відвідувати навчальні заняття (ПОЛ «Про організацію освітнього процесу НФаУ») згідно з розкладом (<https://nuph.edu.ua/rozklad-zanyat/>), дотримуватися етичних норм поведінки.

*Політика щодо дедлайнів, відпрацювання, підвищення рейтингу, ліквідації академічної заборгованості.* Відпрацювання пропущених занять здобувачем вищої освіти здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про відпрацювання студентами пропущених навчальних занять та порядок ліквідації академічної різниці в навчальних планах у НФаУ» згідно з встановленим на кафедрі графіком відпрацювання пропущених занять. Підвищення рейтингу та ліквідація академічної заборгованості з освітньої компоненти здійснюється здобувачами освіти відповідно до порядку, наведеного в ПОЛ «Про порядок оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у НФаУ». Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися усіх строків, визначених кафедрою для виконання видів письмових робіт з освітньої компоненти. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку – до 20% від максимальної кількості балів за даний вид роботи.

Політика щодо оскарження оцінки з освітньої компоненти (апеляцій). Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження (апеляцію) оцінки з освітньої компоненти, отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про оскарження результатів семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти у НФаУ».

Політика щодо визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здобувачами вищої освіти. Визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здобувачами вищої освіти здійснюється відповідно до ПОЛ «Про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здобувачами вищої освіти у НФаУ» ([https://nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/pol-a2.3-32-208\\_polozhennja-pro-porjadok-viznannja-rezultativ-navchannja-otrimanih-shljahom-neformalnoi-ta-informalnoi-osviti-red.02-2022.pdf](https://nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/pol-a2.3-32-208_polozhennja-pro-porjadok-viznannja-rezultativ-navchannja-otrimanih-shljahom-neformalnoi-ta-informalnoi-osviti-red.02-2022.pdf)). Для оцінювання результатів неформального та/або інформального навчання здобувача вищої освіти атестаційна комісія визначає обсяг і методи демонстрації та вимірювання цих результатів навчання з урахуванням їх змісту та можливої специфіки. Методи демонстрації та вимірювання результатів неформального та/або інформального навчання заявника можуть відрізнятися від методів, які застосовуються для здобувачів освіти в рамках відповідної освітньої програми, водночас вони повинні забезпечувати змістову валідність оцінювання. Атестаційна комісія приймає рішення про визнання результатів неформального та/або інформального навчання здобувача, якщо за підсумками оцінювання підтверджено відповідність цих результатів результатам навчання, передбаченим відповідною освітньою програмою.

#### 17. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої компоненти:

Обов'язкова література	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бабічева Г.С., Малініна Н.Г. Дослідження ставлення споживачів до PR-діяльності підприємств фармацевтичної галузі / Г.С. Бабічева, Н.Г. Малініна // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: зб. матер. IX міжнарод. наук.-практ. дистанційної конференції, Харків: НФаУ, 18.03.2021. – С. 425 – 433.</li> <li>2. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів / В. Г. Королько, О. В. Некрасова; [З-є вид., доповн. і переробл.]. – К: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019. – 831 с.</li> <li>3. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях [Текст]: навч. посіб. / О.В. Курбан. – К.: Кондор, 2014. – 246 с.</li> <li>4. Основи публік рилейшнз : навчальний посібник для студентів спеціальностей 053 «Психологія» та 074 «Публічне управління та адміністрування» / О.Г. Романовський, Н.В. Середа, Є.В. Воробйова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – 174 с.</li> <li>5. Паблік рилейшнз: робочий зошит до практичних занять / В. В. Малий, Н.Г. Малініна, Л.П. Дорохова та ін.; за ред. проф. В. В. Малого. – Харків: НФаУ, 2022. – 52 с.</li> <li>6. Паблік рилейшнз: робочий зошит до самостійної роботи / В. В. Малий, Н.Г. Малініна, Л.П. Дорохова та ін.; за ред. проф. В. В. Малого. – Харків : НФаУ, 2022. – 48 с.</li> <li>7. Паблік рилейшнз: робочий зошит до семінарських занять / В. В. Малий, Н.Г. Малініна, Л.П. Дорохова та ін.; за ред. проф. В. В. Малого. – Харків : НФаУ, 2022. – 80 с.</li> </ol>
------------------------	---

	<p>8. <i>Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів [Текст]: нав. посіб. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 202 с.</i></p> <p>9. <i>Психологія паблік рілейшнз: курс лекцій / І.В. Сергєєва . – Слов'янськ: вид-во Б.І. Маторіна, 2016. – С. 102.</i></p> <p>10. <i>Романовський О.Г., Серєда Н.В., Воробйова Є.В. Основи паблік рілейшнз : навчально-методичний посібник для студентів. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. – 176 с.</i></p> <p>11. <i>Скибінський С.В. Історія реклами і PR: навчальний посібник / С.В. Скибінський. - Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2016. – 372 с.</i></p> <p>12. <i>Татьянчиков А. О. Психологія Public Relations: навчально-методичні рекомендації (в допомогу до самостійної роботи для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра факультету психології, політології та соціології); кафедра психології НУ «Одеська юридична академія». – Одеса : Фенікс, 2021. – 36 с.</i></p>
<b>Додаткова література для поглибленого вивчення освітньої компоненти</b>	<p>1. <i>Братішко Ю. С. Зовнішня соціальна відповідальність фармацевтичних компаній /Ю.С. Братішко // Молодий вчений. – 2016. – № 4 (31). – С 276-280.</i></p> <p>2. <i>Глуценко, К. С. Зарубіжний досвід підготовки фахівців у сфері державного PR / К. С. Глуценко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 16. – С. 85-88.</i></p> <p>3. <i>Кіндій, М. В. Проблема масштабування та персоналізації PR-заходів підприємства / М. В. Кіндій, Н. Т. Гринів, І. О. Білоконний // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" : збірник наукових праць / відп. ред. Н. І. Чухрай. № 863 : Логістика. – Львів : Львівська політехніка, 2017. – С. 77-81.</i></p> <p>4. <i>Костюченко О. К. Школьник Б. О., Ольховська А. Б. Оцінка ефективності маркетингової PR-діяльності фармацевтичного підприємства // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : зб. наук. ст. IV Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 24-25 берез. 2016 р. – Харків : Вид-во НФаУ. – 2016. С. 260 – 262.</i></p> <p>5. <i>Литовченко, І. PR-заходи як елемент маркетингових комунікацій вищого навчального закладу / І. Литовченко, І. Жарська // Економіст. – 2016. – № 11. – С. 19-25.</i></p> <p>6. <i>Малий В. В., Ольховська А. Б. Практичні аспекти формування та реалізації соціально-відповідальної маркетингової PR-стратегії фармацевтичними підприємствами // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : матер. II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 27–28 берез. 2014 р. – Х. : Вид-во НФаУ. – 2014. С. 43–47.</i></p> <p>7. <i>Мироненко В. В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів // Communications and Communicative Technologies. – 2020. Вип. 20. – С. 107–115.</i></p> <p>8. <i>Мнушко З. М., Ольховська А. Б. Соціальне інвестування фармацевтичних підприємств як складова їх PR-стратегії // Актуальні питання економіки, менеджменту, маркетингу : матер. VII Міжнар. наук.-практ. конф., 10-11 лютого 2012 р. Львів : Львівська економічна фундація 2012. – Ч.І. – С. 117 – 118.</i></p> <p>9. <i>Ольховська А. Б. Соціально-відповідальні аспекти маркетингової діяльності у складі PR-стратегії фармацевтичних підприємств. / А. Б. Ольховська // Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи : матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-</i></p>



	<p>конф., 17–20 берез. 2014 р. Х.: Вид-во НФаУ. 2014. – С. 428 – 430.</p> <p>10. Петровська І. П., Черноус В. І. Digital PR як потужний інструмент сучасного маркетингу // Сучасні проблеми економіки та підприємництва. 2013. – Вип. 12. – С. 128 – 134.</p> <p>11. Шаповалова А. М. PR та публічне управління в контексті громадянського суспільства / А. М. Шаповалова // II International Conference «Innovative Technologies in Science and Education. European Experience». November 12-15, 2018. Helsinki, Finland. P. 202-205. / II Міжнародна конференція «Інноваційні технології в науці та освіті. Європейський досвід»: Матеріали. – Дніпро-Гельсінки, 2018. – 484 с.</p> <p>12. Шевченко, О. Особливості застосування PR у публічному управлінні / О. Шевченко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2016. – № 3 (7). – С. 47- 56.</p>
<b>Актуальні електронні інформаційні ресурси (журнали, сайти тощо) для поглибленого вивчення освітньої компоненти</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бібліотека НФаУ: <a href="http://lib.nuph.edu.ua">http://lib.nuph.edu.ua</a></li> <li>2. Верховна Рада України. Законодавство України: <a href="http://zakon.rada.gov.ua">http://zakon.rada.gov.ua</a></li> <li>3. Журнал «маркетинг 4Р»: <a href="http://www.4p.ru/main/cnews">http://www.4p.ru/main/cnews</a></li> <li>4. Журнал «Маркетинг в Україні»: <a href="http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua">http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua</a></li> <li>5. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій»: <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua</a></li> <li>6. Журнал «Соціальна фармація в охороні здоров'я»: <a href="http://www.sphhcsj.nuph.edu.ua">http://www.sphhcsj.nuph.edu.ua</a></li> <li>7. Журнал «Управління, економіка та забезпечення якості в фармації»: <a href="http://www.nuph.edu.ua/upravlinnya-ekonomika-ta-zabezpechennya-yakosti-v-farmacii">http://www.nuph.edu.ua/upravlinnya-ekonomika-ta-zabezpechennya-yakosti-v-farmacii</a></li> <li>8. Офіційне Інтернет-представництво Президента України: <a href="http://www.president.gov.ua/">http://www.president.gov.ua/</a></li> <li>9. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету: <a href="http://www.city.kharkov.ua">http://www.city.kharkov.ua</a></li> <li>10. Сайт дистанційного навчання: <a href="http://www.pharmel.kharkiv.edu">www.pharmel.kharkiv.edu</a></li> <li>11. Сайт Усеукраїнського фармацевтичного інформаційного центру: <a href="http://www.pharm-info.com">http://www.pharm-info.com</a>.</li> <li>12. Українська асоціація маркетингу: <a href="http://uam.in.ua">http://uam.in.ua</a></li> <li>13. Урядовий кур'єр: <a href="http://uamedia.visti.net/uk">http://uamedia.visti.net/uk</a></li> <li>14. Фармацевтичний бізнес портал фарманет: <a href="http://pharma.net.ua">http://pharma.net.ua</a></li> <li>15. Експерт: <a href="http://www.expert.ua">http://www.expert.ua</a></li> <li>16. <a href="http://propr.com.ua">http://propr.com.ua</a>.</li> <li>17. <a href="http://www.pr-chance.kiev.ua">http://www.pr-chance.kiev.ua</a>.</li> <li>18. <a href="http://www.uapr.com.ua">http://www.uapr.com.ua</a>.</li> <li>19. <a href="http://www.prcongress.com.ua">http://www.prcongress.com.ua</a>.</li> <li>20. <a href="http://www.pr-portal.com.ua">http://www.pr-portal.com.ua</a>.</li> <li>21. <a href="http://megalib.com.ua/section.html">http://megalib.com.ua/section.html</a></li> </ol>
<b>Система дистанційного навчання Moodle</b>	<a href="https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=977">https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=977</a>

**18. Матеріально-технічне й програмне забезпечення освітньої компоненти:** наявність персонального комп'ютера/ноутбука/планшета/смартфона із доступом в Інтернет та встановленим ZOOM пристроєм, проектор Google Workspace for Education Standard, Microsoft Office, Microsoft Office Visio, віртуальне навчальне середовище MOODLE.