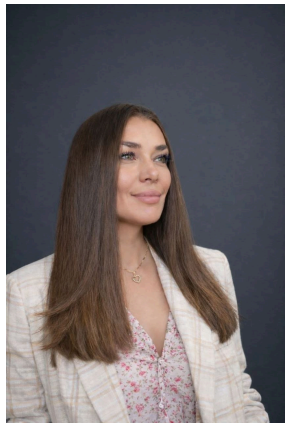
Піар-менеджмент і корпоративні комунікації

Мета курсу: сформувати у студентів магістратури системні знання та професійні компетентності у сфері PR-менеджменту та корпоративних комунікацій; надати практичні навички використання ключових PR-технологій і стратегій управління репутацією та брендами організацій; забезпечити здатність розробляти і впроваджувати ефективні комунікаційні стратегії у сучасному бізнес-середовищі.



Мацука В.М.,
доцент кафедри
менеджменту та фінансів

Змістовні модулі:

1. Теорія та стратегія PR
2. Практичні інструменти PR і брендинг

Семестр: 3 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра менеджменту та фінансів

Піар-менеджмент і корпоративні комунікації

Результати навчання:

знати:

- історію розвитку PR-менеджменту та ключові концепції корпоративних комунікацій;
- особливості впливу PR на індивіда, групи та суспільство;
- специфіку формування корпоративного іміджу та управління репутацією організації, зокрема в умовах кризових ситуацій.

вміти:

- обирати ефективні джерела та канали комунікації для формування позитивного іміджу організації;
- систематизувати, обробляти та інтерпретувати інформацію з внутрішнього та зовнішнього середовища організації;
- розробляти комунікаційні стратегії, PR-кампанії та рекламні акції для підтримки іміджу організації;
- формувати рекомендації щодо створення та підтримки позитивного корпоративного іміджу;
- планувати та координувати комунікативну активність підприємств з метою ефективного управління репутацією та брендом.

Семестр: 3 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра менеджменту та фінансів