



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ У
ФАРМАЦІЇ**



«ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ»





- ✓ Паблік рилейшнз (ПР) - це самостійна функція менеджменту із установаження та підтримання комунікацій між організацією і громадськістю;

- ✓ Паблік рилейшнз - це мистецтво переконувати людей, впливати на їхню думку, підтримувати готовність до необхідних змін, долати кризові ситуації.



Основні завдання ПР:

допомогти усунути неузгодженість, знайти гармонію і взаєморозуміння, не нав'язуючи при цьому свої цінності, тобто вивчає, як забезпечити мирне співіснування в сучасному світі



Хто такий спеціаліст з паблік рилейшнз?



Особисті риси:



комунікабельність



наявність творчого потенціалу і можливості нестандартно мислити



бажання зрозуміти і вміння переконувати



реалізм, ерудованість, авантюризм



володіння навичками комунікативного спілкування



Метою вивчення освітнього компонента «Паблік рилейшнз» є набуття компетентностей щодо теоретичних та практичних аспектів, організаційно-методичних основ формування зв'язків з громадськістю у системі управління маркетинговою діяльністю організацій



Основні теми освітньої компоненти:

- ☐ Теоретичні основи діяльності у сфері паблік рилейшнз
- ☐ Структура ПР-діяльності організації
- ☐ Планування зв'язків з громадськістю
- ☐ Організація заходів паблік рилейшнз
- ☐ Етичні основи зв'язків з громадськістю
- ☐ Зв'язки з громадськістю та кризове управління організацією
- ☐ Загальні принципи взаємодії з засобами масової інформації
- ☐ Принципи роботи з групами громадськості
- ☐ Формування іміджу організації
- ☐ Паблік рилейшнз у формуванні корпоративної культури організації
- ☐ Оцінка ефективності ПР-діяльності організацій

За результатами навчання здобувачі вищої освіти здатні будуть:

1

розв'язувати типові задачі та практичні проблеми у професійній економічній діяльності із застосуванням положень, теорій та методів фундаментальних, гуманітарних, суспільних, природничо-наукових, загальноекономічних, професійно-практичних та економічних наук

2

вирішувати питання економічної діяльності підприємств з урахуванням специфіки фармацевтичного сектору охорони здоров'я, формулювати судження за недостатньої або обмеженої інформації

3

ясно і недвозначно доносити свої висновки та знання, розумно їх обґрунтовуючи, до фахової та не фахової аудиторії



ПЕРЕВАГИ РОБОТИ СПЕЦІАЛІСТА З ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ



Фахівець із зв'язків з громадськістю та засобами масової інформації організовує роботу організації, підприємства тощо з громадськістю і засобами масової інформації

- Можливість взаємодіяти зі структурними підрозділами з метою збору інформації для підготовки публікацій, пошуку інформприводів

- Брати участь в організації прес-конференції, брифінгів, інтерв'ю, тощо

- Проводити аналіз ефективності проведених ПР-кампаній

- Адміністрування офіційного веб-сайту організації, підприємства, сторінки в соціальних мережах (підготовка інформаційних постів, відповіді на коментарі та ін.)

- Брати участь в організації та супроводі участі у масових заходах (виставки, ярмарки, брифінги, презентації тощо)

Де Ви будете навчатись?

Кафедра менеджменту, маркетингу та
забезпечення якості у фармації

Контакти

Facebook - Кафедра менеджменту, маркетингу та
забезпечення якості у фармації Національного
фармацевтичного університету

Телефон – (0572)-67-91-72

E-mail - [http:// mmqaph.nuph.edu.ua](http://mmqaph.nuph.edu.ua)

Сайт - <http:// mmqaph.nuph.edu.ua>



**Завідуючий кафедри
менеджменту,
маркетингу та
забезпечення якості у
фармації
докт. фарм. н., професор
МАЛИЙ Володимир
Валентинович**

НФаУ



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!



Національний фармацевтичний університет
вул. Григорія Сковороди (вул. Пушкінська), 53, м. Харків, 61002

E-mail: mail@nuph.edu.ua
<https://nuph.edu.ua>