



УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСФОРМАЦІЇ
МАЙБУТНЬОГО

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАЙБУТНЬОГО»

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «GR менеджмент»

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

<https://uft.in.ua/index.php/pro-universitytet/struktura-universitytetu>

Телефон: +38 (073) 047-26-26

E-mail: dep_management@uft.in.ua

Викладач(ка) – Дука Анастасія Петрівна, доктор(ка) економічних наук, професор(ка), професор(ка) кафедри менеджменту

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»					
Шифр та назва спеціальності	073 «Менеджмент»					
Назва освітньо-професійної програми	«Менеджмент»					
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)					
Статус навчальної дисципліни (обов'язкова/вибіркова)	Вибіркова					
Мова викладання	Українська					
Форма навчання	Семестр викладання	Обсяг навчальної дисципліни	Лекції (годин)	Практичні заняття (годин)	Самостійна робота (годин)	Підсумковий контроль
Денна	2–3 семестр	120 год, 4 кредитів ЄКТС	20	20	80	Диференційований залік
Заочна	2–3 семестр		6	6	108	

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Анотація дисципліни	<p>Дисципліна «GR-менеджмент» (управління зв'язками з громадськістю) спрямована на вивчення принципів та інструментів управління корпоративною репутацією, взаємодії з органами влади, громадськими та медійними інститутами, а також на формування стратегій взаємодії з основними стейкхолдерами. Оскільки в умовах глобалізації та цифрової трансформації GR-менеджмент стає важливим інструментом для управління брендом і досягнення конкурентних переваг, дисципліна спрямована на те, щоб надати здобувачам вищої освіти навички для ефективного використання інструментів GR-менеджменту в організаціях різних секторів.</p> <p>Здобувачі вищої освіти дізнаються, як ефективно вибудовувати комунікацію з урядовими структурами, корпоративними партнерами, громадськістю та медіа, а також як застосовувати аналітичні інструменти для оцінки та покращення результатів GR-стратегій. Зокрема, акцент буде зроблено на етиці комунікацій та адаптації практик до змін у законодавстві і медійному середовищі.</p>
Мета і завдання дисципліни	<p>Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачі вищої освіти глибоких теоретичних знань та практичних навичок з управління взаємодією з ключовими стейкхолдерами, зокрема, у сфері зв'язків з урядом, медіа та громадськістю. Здобувачі вищої освіти повинні набути здатності стратегічно управляти репутацією організацій, взаємодіяти з інститутами влади, планувати і реалізовувати GR-стратегії, а також аналізувати ефективність таких комунікацій.</p> <p>Завдання:</p> <ul style="list-style-type: none">– Ознайомити здобувачі вищої освіти з теоретичними основами GR-менеджменту та його роллю в сучасному бізнес-середовищі.– Розвинути навички стратегічного управління комунікаціями з урядовими структурами, медіа та іншими стейкхолдерами.– Навчити здобувачі вищої освіти розробляти та впроваджувати ефективні стратегії зв'язків з громадськістю та політичними структурами.– Ознайомити з методами оцінки ефективності GR-стратегій та управління репутацією організацій– Розглянути специфіку GR-менеджменту в умовах кризових ситуацій та взаємодії з органами влади в умовах політичної нестабільності.

Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	<p>Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.</p> <p>Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.</p> <p>Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.</p>
Результати навчання	<p>Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами.</p> <p>Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).</p> <p>Вміти взаємоузгоджувати функціональні стратегії управління, аналізувати динаміку і структуру показників розвитку бізнесу, обґрунтовувати та впроваджувати сучасні методи управління якістю.</p>
Навички Soft skills	<p>Комунікативні навички: уміння чітко і ефективно представляти економічні ідеї та стратегії, комунікабельність, емоційний інтелект, вміння слухати та надавати конструктивний зворотний зв'язок, ведення переговорів, уміння презентувати аналітичні дані та економічні стратегії для різних аудиторій, активне слухання та взаємодія з різними стейкхолдерами в економічному середовищі.</p> <p>Лідерські компетенції: уміння приймати стратегічні економічні рішення, навички управління командою в умовах економічної нестабільності, моніторинг ефективності економічних політик, здатність до вирішення конфліктів у сфері економічної політики, формулювання та реалізація економічних стратегій, вміння мотивувати та переконувати інших щодо необхідності економічних змін.</p> <p>Селф-менеджмент і вольові компетенції: орієнтованість на досягнення економічних цілей та результатів, стресостійкість у прийнятті економічних рішень, ініціативність у пошуку інноваційних рішень, гнучкість і адаптивність до змін у внутрішніх та зовнішніх економічних умовах, здатність до самоорганізації та самоконтролю в процесі управління економічною політикою.</p> <p>Інтелектуальні навички для перманентного професійного розвитку: аналітичний склад розуму для оцінки макроекономічних та мікроекономічних процесів, креативність у розробці економічних рішень, критичне мислення щодо економічних моделей та стратегій, здатність працювати з великими обсягами</p>

	економічної інформації, вміння здійснювати порівняльний аналіз та оцінку результативності різних економічних політик.
Методи навчання	Опанування змісту дисципліни забезпечується у вигляді класичних, мультимедійних та інтерактивних лекцій і консультацій з викладачами. колективних обговорень, дискусій, роботи в мікрогрупах. Застосовуються такі засоби навчання: інформаційні (підручники і навчальні посібники, зокрема електронні), дидактичні (таблиці, навчальні відеофільми, презентації, демонстраційні приклади), технічні (аудіовізуальні засоби, засоби телекомунікацій, мультимедіа тощо)
Матеріально-технічні ресурси	Ноутбук. Мультимедійний проектор. Доступ до глобальної мережі Internet. Хмарні технології підтримки освітнього процесу: Google Classroom / Moodle (підтримка практичних занять), Google Meet / Zoom (онлайн-лекції, практичні заняття)

ІНФОРМАЦІЯ ПРО КОНСУЛЬТАЦІЇ

Відповідно до окремого графіка

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів	Зміст модулів
Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до дослідження Government Relations	Тема 1.1. GR-менеджмент: сутність поняття та ознаки. GR-менеджмент: основні підходи до визначення, сутність та види. Об'єкт, предмет, цілі та принципи GR-менеджменту. Напрями та інструменти GR-менеджменту.
	Тема 1.2. Моделі та механізм GR-менеджменту: зарубіжний досвід Моделі Government Relations західних країн. Основні форми GR-діяльності. Плюралістична модель представництва інтересів та технології GR-менеджменту. Модель функціонального представництва та GR-інструменти її впровадження.
	Тема 1.3. Технології та інструменти GR-менеджменту Поняття та класифікація GR-технологій. Структура механізму GR-менеджменту. Інформаційно-аналітична робота. Налагодження системи комунікації з органами влади. Представництво інтересів організації та вирішення питань практичної діяльності в органах державної влади.
	Тема 1.4. Структура сучасного лобізму: суб'єкти, об'єкти і предмет лобістської діяльності Основні підходи до розуміння лобізму. Роль інституту лобізму в сучасних демократичних країнах. Структура лобістської діяльності.

	<p>Тема 1.5. Технології лобістської діяльності Форми та ресурси лобізму. Методи і технології лобізму. Пряме та непряме лобіювання. Класифікація лобістських технологій. Виділяють три основні форми лобізму.</p>
<p>Змістовий модуль 2. Практичні аспекти реалізації Government Relations</p>	<p>Тема 2.1. Практика лобіювання за кордоном та специфіка лобістської діяльності в Україні Моделі лобіювання, вироблені світовою практикою. Лобіювання в США та професіоналізація лобізму. Організаційні форми лобізму (лобістські фірми, GR-менеджери та професійні асоціації лобістів). Класифікація видів лобізму. Корпоративний, іноземний та конфесійний лобізм. Проблеми та перспективи розвитку лобізму в Україні..</p> <p>Тема 2.2. Етика GR і лобізму Етичні засади GR та політичного лобізму: зарубіжний досвід в українському контексті. Культурні та ментальні передумови політичного лобіювання в Україні. Роль депутатської етики у вдосконаленні політичного лобізму. Неетичні GR-технології: astroturfing, greenwashing, sockpuppeting.</p> <p>Тема 2.3. Стратегії та моделі використання ЗМІ та мережі Інтернет в GR Значення Mediarelations в GR-комунікаціях. Процес GR-комунікацій в Інтернет-просторі. Media-jacking як сучасна стратегія просування в соціальних мережах. «Вікно Овертона», техніки маніпулювання та основи критичного мислення. Управління кризами та репутаційними ризиками. Стратегії для управління кризовими ситуаціями в комунікаціях з урядом та громадськістю. Побудова антикризових стратегій.</p> <p>Тема 2.4. GR-служба в організації: особливості функціонування Цілі, завдання та функції GR-служби. Структура GR-служби. Кваліфікація та обов'язки GR-менеджера. Критерії ефективності GR-підрозділу. Оцінка ефективності GR-стратегії. Методи моніторингу та оцінки результатів GR-діяльності. KPI та інші інструменти для вимірювання успіху</p> <p>Тема 2.5. Сучасні напрямки та перспективи розвитку GR-менеджменту в Україні Історія розвитку Government Relations в Україні. Сучасна вітчизняна практика GR. Провідні напрями розвитку GR-менеджменту. Підвищення ефективності використання методів GR-менеджменту.</p>

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література:

1. Сокур С.П. Лобістська діяльність у країнах та інституціях ЄС. Видавництво "Фенікс". 2020. 256 с.
2. Трофименко А. В. Теорія та практика лобіювання: навч. посібник. Київ : МДУ, 2024. 207 с.
<http://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6047>
3. Основи менеджменту громадської організації : навчально-методичний посібник / кол. авт., Харків : Друкарня Мадрид, 2023.

Допоміжна література:

1. Андреев Д. Взаємодія влади та громадськості : механізми соціально-правової комунікації : монографія. Київ : Друкарня “Бізнесполіграф”, 2017. 334 с.
2. Базілевич Д., Нестерович В., Федоренко В. Інститут лобіювання в Україні та за кордоном : походження, проблеми, перспективи розвитку : науково-інформаційне видання ; Інститут професійного лобіювання та адвокатів. Київ, 2015. 105 с.
3. Діалог суспільства і влади : європейські правові стандарти та досвід : Збірка документів. Пер з іноз. мов / За заг. ред. В. М. Литвина. Київ : Парламентське вид-во, 2011. 480 с.
4. Дука, А. П. Теоретичні аспекти формування еліт у контексті сучасного менеджменту. Вісник академії праці, соціальних відносин і туризму. 2024. №2. DOI: <https://doi.org/10.54929/3041-2390-2024-02-05-02>.
5. Законодавче регулювання лобістської діяльності (досвід країн Європейського Союзу та Сполучених Штатів Америки). Європейський інформаційно-дослідницький центр. URL: <https://infocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/28920.pdf>
6. Смелянов В.М. Розвиток партнерських відносин бізнесу і влади в системі державного управління сталим розвитком регіонів України: теорія, методологія, практика : монографія. Миколаїв : ПП Смелянова Т.В., 2012. 420 с.
7. Іленьків Г.В. Проектний менеджмент та основи GR-менеджменту: методичні рекомендації та матеріали для вивчення навчальної дисципліни. Львів, 2022. 28 с.
8. Квітка С.А. Державне управління формуванням партнерських відносин між владою та бізнесом в умовах соціальних перетворень : монографія. Дніпро : Грані, 2017. 268 с.
9. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика : підручник. 3-є вид., доп. і перероб. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
10. Краснопольська Т. М. GR-менеджмент : навчально-методичний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти; НУ "ОЮА" ; каф. політ. теор. Одеса, 2022. 69 с. URL: <https://doi.org/10.32837/11300.19110>.
11. Мацкевич Р.М. Політико-правові засади формування інституту лобізму в Україні: монографія. Одеса : Фенікс, 2013. 168 с.
12. Менеджмент взаємодії : методичні рекомендації до самостійної роботи для студентів спеціальності 076 “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність” першого (бакалаврського) рівня / уклад. В. В. Ушкальов, І. Г. Муренець. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 61 с.
13. Мігус І. GR та PR менеджмент в контексті економічної безпеки. Черкаси. 2014.
14. Михайловська О. В., Католик М. А., Коваленко С. В. Проблеми комунікаційних зв'язків у системі публічного управління: стан та перспективи. Держава та регіони. Серія: Публічне управління і адміністрування, 2023 р., № 2 (80). С.32-36. DOI: <https://doi.org/10.32840/1813-3401.2023.2.6>

15. Михайловська О. В. Сучасні інструменти взаємодії в системі публічного управління. Державне будівництво. 2020. № 2. URL: <http://db.kh.ua/index.php/db/article/view/101/96>.
16. GR. Взаємодія бізнесу та органів влади: підручник та практикум для бакалаврату та магістратури. За ред. Є.І. Марковської. Юрайт. 2017.
17. GR та PR менеджмент в контексті економічної безпеки : монографія / за ред. проф. Мігус І. П. Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А., 2014. 376 с. URL : https://www.academia.edu/35292876/МІНІСТЕРСТВО_ОСВІТИ_І_НАУКИ_УКРАЇНИ.
18. GR і лобізм; теорія і технології. URL: https://stud.com.ua/61247/politologiya/teoriya_praktika_government_relations
19. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ : НБУВ, 2017. 260 с.
20. Fitzpatrick, K. R. Public Relations Ethics: Ethics and Power. 2007.
21. Glover, J., & H. Mathews. Public Relations: A Strategic Approach. 2003.
22. Grunig, J. E., & Hunt, T. Managing Public Relations. 1984.
23. Heath, R. L. The Handbook of Public Relations. 2013.
24. Miller, K. Theories of Public Relations. 2011.
25. Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. Public Relations: Strategies and Tactics. 2010.
26. Government relations vs лобізм: чим вони відрізняються? <https://gracers.com/pres-centr/government-relations-vs-lobizm-chim-voni-vidriznyayutsya>.

Інформаційні джерела та Internet ресурси:

1. Верховна Рада України, законодавство. URL: <http://rada.gov.ua>.
2. Президент України. URL: <http://www.president.gov.ua/>.
3. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>.
4. Національна бібліотека імені Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.
5. All statistics of UNCTAD. URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/>
6. Worldbank. URL: <https://wdi.worldbank.org/tables>.
7. Gr Менеджмент. URL: <https://www.scribd.com/presentation/691790675/Gr-Менеджмент>