**Паблік Рилейшнз і стимулювання збуту**

Метою навчальної дисципліни є формування системи теоретичних знань і практичних навичок з використання інструментів public relations та способів управління комунікаційною діяльністю.

Теоретико-методологічне і практичне значення курсу передбачає не тільки формування іміджу компанії, реалізації комунікаційної політики та забезпечення підтримки з боку інвесторів на мікрорівні, а й встановлення взаємозв’язків з державними структурами з метою отримання сприятливих умов для бізнесу.

Дисципліна вивчається у безпосередньому зв’язку з основними методологічними та організаційно-економічними положеннями теорій маркетингу, менеджменту, комунікацій, маркетингових комунікацій, макро- і мікроекономіки, психології, соціології, а також з іншими дисциплінами, важливими для підготовки фахівців із менеджменту.