***Розділ 2. Сучасний паблік рилейшнз в новітніх медіа***

***Практичне заняття № 7. Системний підхід у сучасних PR-комунікаціях.***

1. «Система» та «системний підхід».
2. Питання системного аналізу.
3. Емерджентні (набуті) властивості систем.
4. Предмет системного аналізу в комунікаційних проектах.
5. Системний підхід до визначення «продукту старої категорії»: ознаки, функції, властивості, основні характеристики.
6. Визначення головних PR-проблем даного продукту.
7. Способи нейтралізації PR-проблем продукту старої категорії.
8. Способи просування продукту старої категорії.

*Практичне заняття № 8. Реалізація PR-завдань на просування продукту старої категорії у конкурентному середовищі.*

1. Характеристика PR-проблем при реалізації PR-завдань просування продукту старої категорії у конкурентному середовищі.
2. Способи позиціонування при реалізації PR-завдань просування продукту старої категорії в конкурентному середовищі.
3. Алгоритм просування продуктів старої категорії в конкурентному середовищі.
4. Кейси вдало реалізованих проектів.

*Практичне заняття № 9. Методика реалізації PR-завдань на зміцнення лояльності та реалізації спонсорингових PR-програм.*

1. «Лояльність» як соціально-психологічний феномен.
2. Мотиватори лояльності у комерційній сфері.
3. Мотиватори лояльності в політичній сфері.
4. Мотиватори лояльності у внутрішньокорпоративній сфері.
5. Структура спонсорингових комунікаційних програм.
6. Мотивація ресурсних джерел проекту.
7. Мотивація медіа партнерів проекту.
8. Спонсоринговий проект як документ.

*Практичне заняття № 10. Проведення та реалізація PR-кампаній у різних сферах діяльності.*

1. Реалізація репутаційних кампаній.
2. Репутація як соціально-психологічне явище та актив.
3. Алгоритм репутаційних комунікаційних кампаній.
4. Дослідження та аналітика в репутаційних кампаніях.
5. Приклади вдалих репутаційних кампаній.
6. Методика позиціонування кандидата та розробки ідеї у виборчих PR-кампаніях.
7. Вибори як комунікаційний проект.
8. Що та як обирає виборець.
9. Алгоритм виборчого позиціонування.
10. Методи просування кандидата у рамках виборчої кампанії різного рівня.

*Практичне заняття № 11. Розробка превентивних антикризових ПР- заходів.*

1. Визначення «кризи», «репутаційної кризи», «кризового явища».
2. Причини та передумови виникнення репутаційних криз.
3. Класифікація репутаційних криз.
4. Засоби запобігання репутаційним кризам.
5. Діяльність під час виникнення кризи.
6. Алгоритм репутаційних криз.
7. Первинний аналіз кризової ситуації.
8. Порядок реагування на кризову ситуацію.
9. Вимоги до комунікації у час кризи.

*Практичне заняття № 12. Реалізація сучасних PR-програм*

*внутрішньо-корпоративних комунікацій.*

1. Цілі внутрішньо корпоративних ПР-комунікацій.
2. Сучасні аудиторії внутрішньо корпоративних комунікацій.
3. Методи внутрішньо корпоративних комунікацій.
4. Внутрішньокорпоративні ЗМІ.
5. Заходи ПР в системі корпоративних заходів, їх мета та завдання.
6. Канали розповсюдження ПР-комунікаціїї в сучасній корпорації.
7. ПР-звернення. (20 квітня 2019. Звернення Лариси Ніцой до Президента України.) ([#ТриУмовиКандидату](https://www.youtube.com/results?search_query=%23%D0%A2%D1%80%D0%B8%D0%A3%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D1%82%D1%83). Святослав Вакарчук про умови до кандидатів на посаду Президента України. - https://www.youtube.com/watch?v=dkxc4iqnVrk)
8. Аудіовізуальні засоби ПР-комунікацій. (Фильм и аудиовизуальные средства в ПР. - http://udik.com.ua/books/book-808/chapter-28990/ )
9. Символічні та графічні засоби ПР-комунікаціїї. (https://www.slideshare.net/AlesyaSuchkova/212-30417566)