***Розділ 2.Реалізація функціонального наповнення роботи ПР-відділом сучасної організації.***

***Практичне заняття №8***

**Тема : Реалізація відділом PR функції внутрішньокорпоративних відносин**

***Питання для обговорення***

1. **Забезпечення міжособистісних і професійних комунікацій усередині підрозділів між співробітниками організації.** 
   1. *Сприяння і допомога співробітникам фірми в ознайомленні з фінансовою звітністю та документацією.*
   2. *Сприяння фахівцями відділу PR гармонії корпоративних відносин шляхом застосування професійних навичок, вмінь і можливостей в області комунікації.*
   3. *Роз'яснення принципів роботи нових технологій.*
   4. *Надання персоналу інформації про діяльність керівництва та адміністрації.*
   5. *Забезпечення працівників роз'яснювальною інформацією про структуру та функції управління шляхом пояснення співробітникам організації сутності і особливостей роботи менеджерів на різних рівнях управління.*
   6. *Надання інформації співробітникам про систему винагород та оповіщення та інформування про поточні вакансії.*
   7. *Оголошення і роз'яснення функціонуючих інструкцій і правових норм, які стосуються діяльності організації, а також у зв'язку з виданням нових розпоряджень та інструкцій від керівництва.*[10]
2. **Регулярне надання інформації акціонерам організації про плани вищого керівництва компанії (ради директорів) в галузі управління акціонерним капіталом.**
3. **Організація формальних і неформальних комунікацій. Надання повної та достовірної інформації працівникам фірми про політику керівництва.**
4. **Участь у забезпеченні ефективного зворотного зв'язку шляхом проведення систематичних комунікацій працівників середньої та нижньої ланки з вищим керівництвом підприємства, формування причетності і відповідальності працівників за прийняття рішень в компанії.**

**Основні поняття:** *PR (зв'язки з громадськістю), PR-діяльність, PR-відділ, цільові групи, функція налагодження внутрішньокорпоративних відносин*

**🗐 *Питання для самоконтролю***

1. В чому полягає сутність функції внутрішньокорпоративних відносин?
2. В чому полягає сутність роботи із забезпечення міжособистісних і професійних комунікацій усередині підрозділів між співробітниками організації?
3. Які існують шляхи надання відділом PR роз'яснювальної інформації про структуру та функції управління?
4. Які існують шляхи оголошення і роз'яснення цільовим аудиторіям функціонуючих інструкцій і правових норм, які стосуються діяльності організації, а також у зв'язку з виданням нових розпоряджень та інструкцій від керівництва?
5. За якою процедурою відбувається формування причетності і відповідальності працівників за прийняття рішень в компанії?

**✍ *Письмові завдання***

1. *Оберіть існуючу комерційну, неурядову або політичну установу регіонального рівня для аналізу її діяльності в сфері паблік рилейшнз.*
2. ***Розробіть план організації*** *відділом PR* формальних і неформальних комунікацій *для внутрішньої громадськості.*
3. *Підготуйте презентацію плану-проекту забезпечення ефективного зворотного зв'язку шляхом проведення систематичних комунікацій працівників середньої та нижньої ланки з вищим керівництвом підприємства, формування причетності і відповідальності працівників за прийняття рішень в компанії.*

**✍ *Завдання для самостійної роботи***

* *Підготувати презентацію плану-проекту роботи PR-відділу з оголошення і роз'яснення функціонуючих інструкцій і правових норм, які стосуються діяльності організації, а також у зв'язку з виданням нових розпоряджень та інструкцій від керівництва з метою поліпшення комунікацій у середині організації.*

**📚 *Теми рефератів:***

* *Реалізація відділом PR функції сприяння гармонії корпоративних відносин шляхом застосування професійних навичок, вмінь і можливостей в області комунікації.*
* *Реалізація відділом PR функції надання інформації співробітникам про систему винагород та оповіщення та інформування про поточні вакансії.*
* *Реалізація відділом PR функції надання інформації акціонерам організації про плани вищого керівництва компанії (ради директорів) в галузі управління акціонерним капіталом.*
* *Реалізація відділом PR функції забезпеченні ефективного зворотного зв'язку шляхом проведення систематичних комунікацій працівників середньої та нижньої ланки з вищим керівництвом підприємства.*
* *Реалізація відділом PR функції формування причетності і відповідальності працівників за прийняття рішень в компанії*.

## *Література*

**Основна:**

1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
2. Королько, В. Г. Паблик рілейшнз: Наукові основи, методика, практика : Підручник. Київ: Видавничий дім "Скарби", 2001.  400с.
3. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб.   Київ : Академвидав, 2007.  224 с.
4. Пізнюк Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посібник для дистанц. навчання. Київ: Ун-т "Україна", 2005. 239с.
5. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 328 с.
6. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. СПб. : Алетейя, 2001. 304 с.
7. Шмига Ю. І. Паблік рилейшнз : навч. Посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2007. 51 с.

**Додаткова:**

1. Березенко В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: монографія. Київ: Академія Української Преси, 2013. 388с.
2. Болотова В. О. Групи громадськості у сфері Паблік Рилейшнз органів внутрішніх справ. *Проблеми правознавства та правоохоронної діяльності:* Донецьк, 2000.  №2, Ч.1.  С.68-73.
3. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Программы-консультанты СПб.: Бизнес-пресса, 2007. 406 с.
4. Ільченко І. О. Інституціоналізіція підготовки спеціалістів паблік рилейшнз в Україні.  *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна.* *Сер.: Соціологія.* 2001. №511, Вип.12. С.136-139.
5. Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз-средство социальной коммуникации (теория и практика). Київ: Дакор, 2002. 506с.
6. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. Київ: РЕФЛ-бук, Ваклер, 2005. 640 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : Навч. посіб.  Київ : Знання, 2004. 373с.
8. Примак Т. Маркетинг. Київ :  МАУП, 2004. 228 с.
9. Ротовский А.А. Системный PR. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. 256 с.
10. Слісаренко І. Ю. Паблік Рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посібник. Київ: МАУП, 2001. 104с.

**Інформаційні ресурси**:

1. Богоявленский А. Е. Что в имидже твоем, ПР? Опыт этимологического исследования в форме шахматной партии. Продолжение. Ход 11. ПР: в поисках универсального определения. Ход 12. Проблема поиска основания паблик рилейшнз. *Relga.* 2017. №3 (259)URL:http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3446&level1=main&level2=articles (дата звернення 14.08.2019)
2. Бронікова С. А. ПР-діяльність як стратегічний курс модернізації системи професійного навчання державних службовців. URL:: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/tppd/2007-1/07bsands.htm/07bsands.htm> (дата звернення 11.09.2019)
3. Бугрим В. В. Політична реклама, PR і виборчі технології в Україні – на минулих і майбутніх президентських та парламентських перегонах. URL: www.piar.kiev.ua (дата звернення 14.08.2019)
4. Вороняк І. “Чорний” піар і “брудні” виборчі технології – різні речі. URL: <http://kolibri.biz.ua/index.php/pr-/34-2010-02-26-16-55-15> (дата звернення 11.09.2019)
5. Гавриш Р. Digital Marketing. URL :  https://www.youtube.com/watch?v=uA6guSVSGRM
6. Гайдамака Д. KPI в Интернет-маркетинге. Как оценить эффективность интернет рекламы. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=g_AQ2VKwgM0> (дата звернення 14.08.2019)
7. Егорова Е. Ментальные модели и будущее Public Relations *Советник.* 2011. № 10. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3947> (дата звернення 11.09.2019)
8. Жарлінська Р. Категорії “паблік рилейшнз” та “зв’язки з громадськістю” : теоретичний аспект. URL: http://intkonf.org/k-e-n-zharlinska-rg-svirgun-o-kategoriyi-pablik-rileyshnz-ta-zvyazki-z-gromadskistyu-teoretichniy-aspekt (дата звернення 12.08.2019)
9. Залюбовська С. С. Тенденції розвитку міжнародної системи зв’язків з громадськістю. *Економіка та управління національним господарством.* URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/sre/2011\_5/31.pdf
10. Калінін А. С. Інноваційні інструменти у сфері паблик рилейшнз. URL: <http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2010/Economics/75754.doc.htm> (дата звернення 12.08.2019)
11. Кобєлєв В. М. PR: в Україні : сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2011_8/stati/82011_34.pdf> (дата звернення 10.09.2019)
12. WPP [офіційний вебсайт] URL :  http://www.wpp.com/wpp/(дата звернення 14.08.2019)
13. Оmnicomgroup [офіційний вебсайт] URL :  <http://www.omnicomgroup.com> (дата звернення 14.08.2019)
14. Publicis Groupe [офіційний вебсайт] URL :  <http://www.publicisgroupe.com/#/en/group> (дата звернення 14.08.2019)
15. Interpublic Group [офіційний вебсайт] URL :  <http://www.interpublic.com> (дата звернення 14.08.2019)
16. Dentsu [офіційний вебсайт] URL :  <http://www.dentsu.com/about/summary/index.html> (дата звернення 14.08.2019)
17. Dentsu Aegis Network [офіційний вебсайт] URL :  <http://www.dentsuaegisnetwork.com/WhoWeAre/KeyOffices> (дата звернення 14.08.2019)
18. Publicis Group Ukraine [офіційний вебсайт] URL :  Atlantic Group [офіційний вебсайт] // URL : <http://agl-media.com/en/about-atlantic-group/managment/> (дата звернення 14.08.2019)
19. Dentsu Aegis Network Ukraine [вебсайт] URL : <https://www.facebook.com/dentsuaegisnetworkua/> (дата звернення 14.08.2019)
20. ADVgroup [офіційний вебсайт] URL :  http://www.advgroup.com.ua/p/ua/ua/about\_group/
21. WPP [офіційний вебсайт] URL : <http://www.wpp.com/wpp/companies/groupm/> (дата звернення 14.08.2019) (дата звернення 14.08.2019)
22. HAVAS Worldwide **Ukraine** [офіційний вебсайт] URL : <http://havaswwukraine.com.ua/agentstvo.html> (дата звернення 14.08.2019)
23. TWIGA Communication Group [офіційний вебсайт] URL : <http://www.twiga.ru> (дата звернення 14.08.2019)