***Розділ 1. Основні засади роботи по зв’язках із громадскісьтю в сфері бізнесу.***

***Практичне заняття №1***

***Тема 1. Основи діяльності по зв’язках з громадськістю в бізнесовій сфері.***

***Питання для обговорення***

1. Сучасні види бізнесової діяльності*.*
2. Підходи до організації зв’язків з громадськістю в бізнесовій сфері.
3. Планування та організація PR -заходів для бізнесових установ.
4. Формування та підтримка позитивного іміджу бізнесових структур засобами паблік рилейшнз.
5. ПР-заходи по позиціонуванню, відбудові від конкурентів та піднесенню іміджу.
6. Українська та зарубіжна практика використання паблік рилейшнз в сучасному бізнесі.

**🗐 *Питання для самоконтролю***

1. Які існують види бізнесової діяльності?
2. Що таке філософія фірми? Чому філософію фірми вважають основою комунікацій з громадськістю?
3. Що спільного і в чому відмінності між філософією окремих фірм, прибуткових та неприбуткових організацій?
4. Які основні цілі та завдання виконують служби паблік рилейшнз на підприємствах, у виробничих та фінансових структурах?
5. Які основні завдання комунікацій зі споживачами?
6. Чому на багатьох фірмах значна увага приділяється підвищенню економічної освіченості працівників? Яке значення вона має для підвищення ефективності економічного інформування?
7. Чому сучасна бізнесова установа має дбати про свій імідж в очах громадськості?
8. Які підходи до організації зв’язків з громадськістю в бізнесовій сфері є актуальними?
9. Чи є специфіка при планування та організації PR -заходів для бізнесових установ? В чому вона проявляється?
10. Чому паблік рилейшнз входить до складу обов’язкових маркетингових заходів?
11. Як зв’язки із громадськістю спряють підтримці позитивного іміджу бізнесових структур?
12. Які засоби паблік рилейшнз використовуються в бізнесовій сфері для практики позиціонування?
13. Чому відбудова від конкурентів є важливим завданням PR в бізнес-сфері?

✍ ***Письмове завдання***

* Управління репутацією за допомогою засобів паблік рилейшнз – це комплекс дій, направлених на підтримку, поліпшення сприятливого іміджу, позитивної оцінки діяльності бізнесової організації, створення і підтримку довірливих відносин з громадськістю. В управлінні репутацією організації використовуються такі спеціальні методи паблік рилейшнз, як медіа-рилейшнз, управління кризовими ситуаціями, управління чутками, оранизація спеціальних подій.

**Підготуйте квартальний план PR-діяльності** сучасної бізнесової організацій (за власним вибором), який включає в себе наступні розділи:

* *медіа-рилейшнз,*
* *управління кризовими ситуаціями,*
* *оранизація спеціальних подій.*

***Завдання для самостійної роботи***

* *Користуючись PR-матеріалами засобів масової інформації (публікації газет, журналів, фотоілюстрації, коментарі спеціалістів, матеріали мережі Інтернет і т.п.) зробити ґрунтовний аналіз медіа-портрету обраної (на вибір студента) бізнесової організації. Як медіа-портрет впливає на імідж бізнесової структури? Як його можна підтримати або поліпшити? Складіть план PR-дій по підтримці іміджу на місяць.*

**📚 *Література***

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз [Текст] : навч. посібник реком. МОНУ / Людмила Веніамінівна Балабанова, Катерина Вячеславівна Савельєва. – К. : ВД "Професіонал", 2008. – 528 с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблик рилейшнз / Валерій Михайлович Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
3. Березенко В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: монографія / В. В. Березенко. –– К.: Академія Української Преси, 2013. – 388с.
4. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Георгій Георгійович Почепцов. – 3-ге вид.,виправ. і доп. – К. : Знання, 2006. – 328 с.
5. Ротовский А.А. Системный PR. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 256с.
6. Слісаренко І. Ю. Паблік Рилейшнз у системі комунікації та управління : Навчальний посібник / Ігор Юрійович Слісаренко. – К : МАУП, 2001. – 104с.