**Лабораторні заняття з теми №2**

**Тема:Практика організації заходів у PR-діяльності**

**Самостійна робота №6**

**Самостійне опрацювання базових теоретичних питань:**

1. Принципи проведення PR-заходів для ЗМІ.
2. Стандартизація прийняття рішення про включення заходів у план PR-діяльності.
3. Взаємодія зі ЗМІ (*media relations*).

**Основні поняття:** соціальні комунікації, прикладні соціально-комунікаційні технології, медійний контент, PR-діяльність, івент, івент-менеджмент, подієва комунікація, PR-інструментарій, PR-продукт, PR-мета, PR-завдання, PR-проект, план PR-заходів, громадськість, цільові (референтні) групи, громадська думка, моніторинг ЗМІ.

**Мета самостійної роботи**: сформувати здатність розв’язувати спеціалізовані PR-задачі та практичні проблеми в сфері івент-менеджменту **Об’єкт вивчення**: PR-комунікації в сфері івент-менеджменту,media relations.

***Перелік компетентностей,***

***що формуються під час самостійної роботи:***

*Інтергральна: здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних наук та інших наук і характеризується невизначеністю умов.*

*Загальні:*

*ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.*

*ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.*

*ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.*

*ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.*

*Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:*

*СК01. Здатність застосовувати знання із сфери соціальних комунікацій в PR-діяльності.*

*СК02. Здатність формувати інформаційний (PR)-контент.*

***Результати навчання***

*ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.*

*ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.*

*ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.*

*ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.*

**Рекомендована література**

**Основна**

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз: навч. посібник реком. МОНУ. Київ:: ВД "Професіонал", 2008. 528 с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблик рилейшнз. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
3. Джефкинс Ф. Паблик Рилейшнз. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 217 с.
4. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие для вузов. Москва: Юнити-Дана, 2003.  216 с.
5. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. Київ: "Ваклер", 2000. 528 с.
6. Королько, В. Г. Паблик рілейшнз: Наукові основи, методика, практика : Підручник. Київ: Видавничий дім "Скарби", 2001.  400с.
7. Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз-средство социальной коммуникации (теория и практика). Київ: Дакор, 2002. 506с.
8. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб.   Київ : Академвидав, 2007.  224 с.
9. Пізнюк Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посібник для дистанц. навчання. Київ: Ун-т "Україна", 2005. 239с.
10. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. Київ: РЕФЛ-бук, Ваклер, 2005. 640 с.
11. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : Навч. посіб.  Київ : Знання, 2004. 373с.
12. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 328 с.
13. Ротовский А.А. Системный PR. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. 256 с.
14. Слісаренко І. Ю. Паблік Рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посібник. Київ: МАУП, 2001. 104с.
15. 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.

Зігнітцер Б. Паблік рілейшнз: деякі теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика.* 2004. Вип. 25. С.83-89.

1. Ібрагімова І. Паблік рилейшнз і державне управління. *Вісник Української Академії державного управління при Президентові України.* 2002. №4. С.242-247.
2. 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.
3. Колосок С. Авторитет та імідж як компоненти паблік рилейшнз. *Збірник наукових праць Української Академіі державного управління при Президентові України*. 2001. Вип.1. С.192-198.
4. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. СПб. : Алетейя, 2001. 304 с.
5. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. Учебное пособие. Москва : Дело, 2006. –552 с.
6. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: Связи с общественностью Москва: Академический проект, 2005. –303 с.

**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. Егорова Е. Ментальные модели и будущее Public Relations *Советник.* 2011. № 10. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3947> (дата звернення 11.09.2019)
6. 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)
7. 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
8. 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)
9. 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)