**ТЕМИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ**

1. Теоретичне та практичне значення паблік рілейшнз у житті сучасного суспільства.
2. Історичні причини виникнення паблік рілейшнз.
3. Виникнення і становлення паблік рілейшнз в Україні.
4. Місце паблік рілейшнз у системі економічних наук.
5. Сучасні проблеми паблік рілейшнз.
6. Ефективність запровадження сучасних Інтернет-технологій у паблік рілейшнз.
7. Методи формування іміджу в паблік рілейшнз.
8. Психологічний аспект створення іміджу в PR.
9. Засоби Інтернет у системі паблік рілейшнз.
10. Особливості PR у бізнесовій організації.
11. Соціальна відповідальність у бізнесі як основа іміджу компанії.
12. Паблік рилейшнз як функція маркетингу та менеджменту.
13. Масові комунікації та ЗМІ в системі PR.
14. Засоби внутрішньоорганізаційних комунікацій.
15. Загальна характеристика правових умов PR-діяльності в Україні.
16. Етичний кодекс піарщика. Соціальна та юридична відповідальність у PR.
17. Лобіювання як прийом і напрям PR-діяльності.
18. Кризовий PR: функції, завдання.
19. Цілі та завдання PR у бізнесі.
20. Корпоративний і професійний імідж: методи створення.
21. Корпоративна культура та етика.
22. Основні етапи формування концепції іміджу.
23. Контрреклама: відтворення втраченого позитивного іміджу.
24. . «Чорний» паблік рілейшнз, брудні технології в бізнесі.
25. Характеристика чуток як засобу масової інформації.
26. Вербальні та невербальні комунікації в бізнесі.
27. Основні принципи створення торгової марки.
28. Фінансовий PR і фінансове середовище.
29. Засоби маркетингових комунікацій: PR, реклама, продажі.
30. Теоретичне та практичне значення PR у сучасному українському суспільстві.