**Лабораторне заняття № 2**

*Тема 2. Сутність та зміст поняття*

*«ПР-агенція».*

1. Сучасні підходи до визначення поняття  «ПР-агенція», їх сутність та зміст. Філософія ПР-агенції.
2. Цілі ПР-агенції. ПР-агенція  в контексті  суміжних видів діяльності (реклама, маркетинг, промоушн, пропаганда, пабліситі, прес-посередництво).
3. Принципи  формування ПР-агенції. Конкурентноспроможність ПР-агенції.
4. Класифікація ПР-агенцій: агентство з повним циклом обслуговування, спеціалізовані агентства, творчі майстерні, віртуальні агентства.
5. ПР-агенція в системі відносин з замовником та споживачем.
6. Структура ПР-агенції. Відділи в ПР-агенції.
7. Креативні агентства, інформаційні агенції, медіа агентства, digital агентства, маркетингові агентства (агентства маркетингових сервісів) та PR агентства, баїнгові агентства і дизайн-студії.

Лабораторне завдання 2

Підготувати презентацію на тему «ПР-агенція: визначення, структура, типологія. Принципи і функції діяльності» (12-15 слайдів)

Література

1. Бастін С. PR для малого бізнеса. Київ: Олімп- Бізнес, 2016.128 с.
2. Королько В. Г., Некрасова О.В. Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика., практика: підр. для студ. вищих навч. закладів. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
3. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. Київ: «Ваклер» 2000. 528с.
4. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
5. Майданюк І. PR навчального закладу від А до Я. иїв: Шкідьний світ, 2016. 144 с.
6. Ромат Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київ, 2016. 284 с.
7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю [Електронний ресурс]: навч. посіб. Київ: НМЦВО, 2001. 580 с.
8. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика. Підручник. Київ: Бізнесполіграф, 2011. 464 с.