Теоретичні питання з курсу до заліку

1. ПР-агенція: основні професійні терміни і поняття.
2. Методологічна основа діяльності  ПР- агенції.
3. Цілі і завдання ПР-агенції.
4. Розвиток  вітчизняних ПР-агенцій.
5. Становлення регіонального ринку ПР та особливості ПР-агенцій регіонального рівня. ПР-агенції Запорізького регіону. Види діяльності ПР-агенцій. .Переваги і недоліки діяльності  ПР-агенцій у світі і в Україні.
6. Функції ПР-агенцій.
7. Вимоги щодо структури ПР-агенції.
8. Відділи та підрозділи. Адміністративний відділ. Фінансовий відділ. Відділ по роботі з клієнтами. Відділ по виконанню  в підготовки  заказів. Виробничий відділ. Тврчий відділ. Відділ маркетингу. Комерційний відділ. Відділ медіапланування. Господарчий відділ.
9. Основні структурні  групи: кадровий склад, основні функції. Адміністративна група.  Дослідницька група. Група по плануванню роботи. Творча група. Виробнича група. Група по зв’язках із засобами розповсюдження інформації, рекламних матеріалів. Група менеджменту.
10. ПР-відділ в комерційній організації.
11. Професійна ПР-діяльність в комерційній сфері. Призначення комерційного ПР.
12. Мета роботи відділу по зв'язках із громадськістю на підприємстві.
13. Зміст діяльності відділу зі зв'язків з громадськістю організації.
14. Завдання відділу по зв'язках із громадськістю на підприємстві.
15. Ключові напрями діяльності відділу.
16. Структура ПР-відділу в комерційної організації.
17. Поняття «структурна організація» ПР-відділу.
18. Види структур відділів по зв'язках із громадськістю у виробничо-комерційній організації.
19. С**труктура з високим статусом відділу ПР.**
20. **В**ідділ по зв'язках із громадськістю в структурах середнього і малого бізнесу.
21. Внутрішня структура ПР-відділу, його штатний розклад і посадове наповнення.
22. Робота основних підрозділів ПР-відділу у комерційних організаціях: робота з пресою, відносини із владними структурами, відносини з персоналом та внутрішньокорпоративний ПР, робота з громадськими організаціями, робота з інвесторами та партнерами. Кількість працівників, розподіл посадових обов'язків.
23. Реалізація функції збору і аналізу даних відділом ПР.
24. Сутність функції збору і аналізу даних. Реалізація функції збору і аналізу даних відділом ПР шляхом проведення досліджень громадської думки, аналізу статистичної інформації, узагальнення результатів економічних, психологічних, соціологічних та інших досліджень; обробка «первинної» інформації, зібраної в процесі самостійно проведеного опитування, спостереження, анкетування; обробка «вторинної» інформації, яка була зібрана іншими фахівцями для схожих цілей; аналіз економічних, юридичних та інших структуроформуючих документів; пошук і підтримка контактів з представниками органів управління, журналістами, інвесторами, соціально-суспільними групами, громадськими фондами та об'єднаннями; сканування та моніторинг публікацій в пресі з важливих для компанії питань; дослідження конкретної цільової групи, розробка «колективного портрета» кожної аудиторії; підготовка аналітичних звітів і службових записок з рекомендаціями керівництва компанії.
25. Реалізація функції функції поширення інформації.
26. Реалізація функції внутрішньокорпоративних комунікацій.
27. Забезпечення міжособистісних і професійних комунікацій усередині підрозділів між співробітниками комерційної установи. Організація формальних і неформальних комунікацій. Надання повної та достовірної інформації працівникам фірми про політику керівництва.
28. Сприяння і допомога співробітникам фірми в ознайомленні з фінансовою звітністю та документацією. Сприяння фахівцями відділу ПР гармонії корпоративних відносин шляхом застосування професійних навичок, вмінь і можливостей в області комунікації.\
29. Планування та здійснення ефективних заходів, що стосуються безпеки. Роз'яснення принципів роботи нових технологій. Надання персоналу інформації про діяльність керівництва та адміністрації. Забезпечення працівників роз'яснювальної інформацією про структуру та функції управління шляхом пояснити співробітникам фірми сутності і особливостей роботи менеджерів на різних рівнях управління.
30. Регулярне надання інформації акціонерам організації про плани вищого керівництва компанії (ради директорів) в галузі управління акціонерним капіталом. Надання інформації співробітникам про систему винагород. Оповіщення та інформування про поточні вакансії.
31. Участь у забезпеченні ефективного зворотного зв'язку шляхом проведення систематичних комунікацій працівників середньої та нижньої ланки з вищим керівництвом підприємства, формуванняти причетності і відповідальності працівників за прийняття рішень в компанії. Оголошення і роз'яснення функціонуючих інструкцій і правових норм, яке стосується діяльності організації, а також у зв'язку з виданням нових розпоряджень та інструкцій від керівництва.
32. ПР-відділ організації: переваги і недоліки.
33. Переваги здійснення комунікаційної діяльності по зв’язках із громадськістю ПР-відділом організації. Приналежність ПР-спеціалістів до однієї команди, знання організації, економія коштів організації під час виконання ПР-програм, доступність у спілкуванні як аргументи на користь створення ПР-відділу всередині організації.
34. Недоліки здійснення комунікаційної діяльності по зв’язках із громадськістю ПР-відділом організації: втрата ПР-спеціалістами здатності об'єктивно оцінювати ПР-ситуацію, цілковита залежність від керівництва організації, фокусування уваги на вирішенні дрібних ПР-завдань і втрата можливості здійснювати масштабні заходи з реалізації ефективних зв’язків із громадськістю.

Підсумкове індивідуальне завдання: презентація

Підсумкове тестування