***Питання до екзамену***

***Розділ 1. Основи створення та функціонування ПР-агенції.***

*Тема 1. ПР-агенція: теоретичні засади діяльності.*

ПР-діяльність, її специфіка. Особливості становлення діяльності по зв’язках з громадськістю в Україні. Теорії ПР: історія і сучасність. ПР-агенція як організація по зв’язках з громадськістю. Цілі і завдання ПР-агенції. Основні професійні терміни і поняття. Методологічна основа діяльності  ПР- агенції.

## *Тема 2. Історія виникнення і розвитку ПР-агенцій.*

## Соціальні, економічні та політичні причини виникнення та розвитку  ПР-агенцій в  світі. Етапи становлення професійної діяльності ПР-агенцій. Виникнення професійної діяльностіпо зв’язках з громадськістю в Україні.  Розвиток  вітчизняних ПР-агенцій. Становлення регіонального ринку ПР та особливості ПР-агенцій регіонального рівня. ПР-агенції Запорізького регіону.

## *Тема 3. Сучасний етап розвитку ПР-агенцій.*

ПР-діяльність як індустрія в різних країнах світу, її споживачі. Становлення  ПР-агенцій як професійних організацій в 90-х роках XX ст. в Україні. Підвищення значущості ПР-агенцій на сучасному етапі розвитку  вітчизняного інформаційного ринку. Види діяльності ПР-агенцій. Переваги і недоліки діяльності  ПР-агенцій у світі і в Україні.

*Тема 4. Регулювання діяльності у сфері зв’язків з громадськістю.*

Регулювання діяльності у сфері зв’язків з громадськістю. Правове забезпечення діяльності по зв’язках з громадськістю; закони та нормативні акти, що регулюють громадську і комерційну діяльність. Закони про ЗМІ, рекламу, захист авторських прав, прав споживачів. Професійна етика: види кодексів професійної поведінки спеціаліста. Неформальні способи регулювання в  галузі ПРі: традиції, норми, мораль, громадська думка.

*Тема 5. Сутність та зміст поняття «ПР-агенція».*

Сучасні підходи до визначення поняття  «ПР-агенція», їх сутність та зміст. Філософія ПР-агенції. Цілі ПР-агенції. ПР-агенція  в контексті  суміжних видів діяльності (реклама, маркетинг, промоушн, пропаганда, пабліситі, прес-посередництво). Принципи  формування ПР-агенції. Конкурентноспроможність ПР-агенції.

Класифікація ПР-агенцій: агентство з повним циклом обслуговування, спеціалізовані агентства, творчі майстерні, віртуальні агентства. ПР-агенція в системі відносин з замовником та споживачем. Умови проведення тендеру http://vrk.org.ua/docs/Industry\_ tender\_rules.pdf. ПР-відділи. Структура ПР-агенції. Типологія рекламних та ПР-агенцій за ВРК.

Креативні агентства, медіа агентства, digital агентства, маркетингові агентства (агентства маркетингових сервісів) та PR агентства, баїнгові агентства і дизайн-студії.

***Розділ 2. Управління ПР-агенцією.***

*Тема 6. Функції ПР-агенцій.*

Основні функції ПР-агенції як суб’єкта бізнесової діяльності. Інтелектуальна функція. Комерційна функція.  Маркетингова функція. Творча функція. Адміністративна функція. Консалтингова функція. Консультативна функція.Інформаційна функція.Функція забезбечення зв’язків з громадськістю.

## *Тема 7. Структура ПР-агенції.*

Вимоги щодо структури ПР-агенції. 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. 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.

## *Тема 8. Побудова ПР-агенції.*

ПР-агенція повного циклу. Спеціалізовані ПР-агенції. Структури, які задіяні в інформаційному бізнесі, але не є ПР-агенціями. Відділ по зв’язках з громадськістю в ЗМІ. Відділ по зв’язках з громадськістю на підприємстві, в організації або фірмі. Виробнича фірма. Агентська (або посередницька структура). Менеджерська фірма. Маркетингова  фірма. Бригадний метод виконання ПР-завдань.

## *Тема 9. Управління ПР-агенцією*.

Основи менеджменту структури типу «агенція». Персонал ПР-агенції. Найм персоналу. Управління персоналом. Розподіл обов’язків. Дисципліна і функціональні обов’язки. Внутрішня політика і корпоративні правила. Зовнішня політикаПР-агенції.

Відділ по роботі з клієнтами. Творчий відділ. Виробничий відділ. Відділ медіапланування. Відділ маркетингу. Дослідницький відділ. Відділ планування.  
Віддл по зв’язках із засобами розповсюдження інформації. Відділ по роботі з населенням.

Творчий відділ: функціональні обов’язки співробітників. Функціональні обов’язки співробітників виробничого відділу. Функціональні обов’язки співробітників  відділу медіапланування. Функціональні обов’язки співробітників відділу маркетингу. Дослідницький відділ: функціональні обов’язки співробітників. Функціональні обов’язки співробітників віддлу планування. Функціональні обов’язки співробітників віддлу по зв’язках із засобами розповсюдження інформації.

## *Тема 10. Робота з клієнтами.*

Відділ по роботі з клієнтами. Складання клієнтської бази.  Робота по залученню та утриманню клієнтів. Складання брифів, їх види (Creative brief (творчий);Mediа -brief (медіа-бриф); Design brief (на разрабку дизайна презентаційної продукції); Production brief (виробничий); Promotion brief (на проведение промо-заходів) та ін.) Підписання угод.  Корекційна робота та комунікації з клієнтом протягом терміну виконання замовлення.