


ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ 1, 2

Тема: Еволюція PR. Роль PR в організації.

План

1. Особливості функціонування перших PR-фірм.
2. Статус, структура та функції PR-підрозділу в організації.
3. Особливості та основні напрями діяльності сучасних PR-фірм.
4. Причини виникнення та особливості розвитку PR в США та Європі.
5. Поняття та особливості взаємодії PR з суміжними сферами діяльності (маркетинг, публісیتی, реклама).
6. Глобалізація PR як професійної сфери діяльності.
7. Стан розвитку PR в Україні.

 **Основні поняття теми:** внутрішній PR, зовнішній PR, маркетинг, PR, публісیتی, реклама.



Методичні вказівки до практичних занять:

Практичне заняття передбачає вивчення історичних етапів становлення PR як професійної сфери діяльності. При підготовці до першого питання студенти повинні визначити політичні та соціально-економічні причини виникнення PR в США, а також конкретизувати основні етапи (початковий, “ера прес-агенств”, етап становлення професійної сфери діяльності) його розвитку. Аналізуючи розвиток PR в Європі, слід визначити особливості англійської, німецької та французької наукових шкіл. Це дасть можливість конкретизувати особливості розвитку даної сфери діяльності в США ТА Європі.

При підготовці до другого питання студенти мають уточнити поняття “PR”, “маркетинг”, “реклама”, “публісیتی” та конкретизувати сфери їх практичного застосування (див. таблицю 1). При розгляді поняття “PR” слід конкретизувати наукові підходи щодо його визначення. Значну увагу слід приділити визначенню цілей, функцій основних напрямів PR-діяльності.

При розгляді третього питання слід звернути увагу на особливості та основні цілі діяльності міжнародних асоціацій та об’єднань спеціалістів в сфері PR. Доцільно також проаналізувати та виділити специфіку існуючих кодексів професійної діяльності піар-спеціалістів (див. додатки Б, В, Г).

При підготовці до четвертого питання слід конкретизувати причини появи даної сфери діяльності в Україні, особливості розвитку та подальші перспективи. Слід також конкретизувати причини, що негативно впливають на розвиток даної сфери діяльності в Україні та можливі механізми їх подолання.

? Питання для самоконтролю:

1. Визначте відмінності між поняттями “PR”, “маркетинг”, “реклама”, “публісیتی”.
2. Розкрийте причини виникнення PR як сфери діяльності.
3. Назвіть фактори, з якими пов’язаний процес глобалізації PR як професійної сфери діяльності.

4. Охарактеризуйте основні підходи до визначення PR.

Завдання для самостійної роботи:

1. Ознайомитися з кодексом професійної етики UAPR (Додаток А). Даний документ розроблявся на основі міжнародних стандартів PR-індустрії, представлених на Римській та Стокгольмській конвенціях Міжнародною Організацією Консультантів у Галузі Комунікацій (ICCO). Згодом ці стандарти здобули підтримку Організації Об'єднаних Націй і фактично стали стандартами міжнародної PR-практики. Кодекс включає 50 положень, які стосуються професійної діяльності, комісійних виплат, поведінки по відношенню до клієнтів та працівників, а також проблеми дискримінації.
2. Дати відповіді на наступні питання:
 - Яке основне завдання кодексу професійної етики UAPR?
 - Які професійні якості проголошуються в кодексі професійної етики UAPR як обов'язкові?
 - Які положення Вам більше всього імпонують?
 - Які положення Ви б хотіли використовувати в своїй професійній діяльності?
 - З якими положеннями Ви готові подискутувати? Чому?
 - Спробуйте дати оцінку ефективності даного кодексу в умовах української політичної дійсності.

Література:

1. Бочаров М. П. История публик рилейшнз: Нервы, бизнес, наука / М. П. Бочаров. – М. : Наука, 2000. – 286 с.
2. Блэк С. PR. Что это такое / С. Блэк. – М. : Новости, 1990. – 240 с.
3. Доти Д. Паблсити и публик рилейшнз / Д. Доти. – М. : Филин, 1996. – 285 с.
4. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика ; [Пер. с англ., под ред. Б.Л. Еремина] / Ф. Китчен – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 454 с.
5. Королько В. Г. Паблик рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підручник, 2-е вид. доп. / В. Г. Королько – К. : Вид. дім «Скарби», 2001. – 400 с.
6. Тихомирова Є. Б. PR-формування відкритого суспільства: Монографія / Є. Б. Тихомирова. – К. : Наша культура і наука, 2003. – 197 с.
7. Федоркин Н. С. «Паблик рилейшнз» как наука и искусство: методологические проблемы становления / Н. С. Федоркин // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология. – 2000. – № 1. – С. 129–141.