Тема 2. Планування PR-діяльності.

Розбудова комунікаційної стратегії

План

1. Поняття комунікаційної корпоративної концепції. Комунікаційна стратегія та стратегічне планування:

- стратегічне планування;

- тактичне планування;

- ситуативне планування

2. SWOT-аналіз та стратегії комунікаційної діяльності організації.

3. Місія PR-стратегії.

4. Формулювання цілей у PR-плануванні.

5. Програмування. Стратегії й тактики. Елементи програмування.

6. Визначення цільових аудиторій. Модель зміни поведінки Б. Дж. Фогга.

7. Роль стейкхолдерів в організації комунікаційної стратегії.

8. Організація ключових повідомлень. Модель AIDA.

Основні поняття: комунікаційна стратегія, стратегічне планування, комунікаційна корпоративна концепція, цільова аудиторія, ключове повідомлення, комунікаційний аудит, SWOT-аналіз, система SMART, модель AIDA, стейкхолдери, «третя сторона»

Література:

Основна:

1. Коник Д. Стратегічні комунікації : посібник для держслужбовців. Київ : б/в. 2016. 256 с. (Або див.: 1а. Коник Д. Л. Роль стратегічної комунікації в забезпеченні підтримки населенням реформ уряду. URL : http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11441/Konyk\_Rol%27\_stratehichnoyi\_komunikatsiyi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

2. Королько В. Г. Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник. Київ : Видавничий дім «Скарби», 2001. 400 с.

3. Курбан О. Базові основи системного PR-планування. Вісник Книжкової палати. 2014. № 12. С. 36-38. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp\_2014\_12\_13

4. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. Київ : Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. URL : http://elibrary.kubg.edu.ua/id/ eprint/7623/1/Kurban\_%20PR\_v\_marketungovih\_komunikaciyah\_%D1%81\_246.pdf

Додаткова:

5. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. Тернопіль: Карт-бланш, 2006. 275 с. URL : https://www.nung.edu.ua/files/attachments/ mpk\_posibnyk.pdf

6. Комунікаційний інструментарій для державних службовців. Київ. 2018 (Єршихіна Л. Ключові повідомлення). URL : https://eu-ua.org/sites/default/files/ communication-toolkit-a4u-mip-ukr.pdf

7. Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2013. 312 с.

8. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. URL : https://pidruchniki. com/1594102446631/marketing/yaki\_dokumenti\_pidgotuvati\_informatsiyniy\_privid

Завдання для самостійної роботи студента:

1. Запропонуйте свою ідею для розробки комунікаційної концепції, визначте мету, цільову аудиторію, стейкхолдерів та основний месидж. Спробуйте окреслити три рівні планування в PR.

2. На прикладі обраної Вами організації/фірми сформулюйте місію та цілі комунікації, охарактеризуйте актуалізовані цінності.