Тема 4. Організація роботи зі ЗМІ. Іvent-менеджмент

 План

1. Особливості організації роботи зі ЗМІ.

2. Іvent-менеджмент. Поняття псевдоподії.

3. Форми спеціальних подій.

4. Документація для ЗМІ.

5. План корпоративних пабліситі. Моніторинг медіа.

6. Соціальні мережі в роботі фахівця з PR-комунікацій.

 Основні поняття: медіарилейшнз, подієвий (ivent-) менеджмент, спеціальні події, псевдоподії, прес-конференції, брифінги, сніданок із пресою, презентація, прес-тур, семінари та тренінги, прес-реліз, прес-кит, соціальні мережі, моніторинг, пабліситі

 Література:

 Основна:

 1. Комунікаційний інструментарій для державних службовців. Київ, 2018. (Шамонова О., Вейгандт М. Соціальні мережі & блоги. С. 68-…). URL : https://eu-ua.org/sites/default/files/communication-toolkit-a4u-mip-ukr.pdf

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

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

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

 5. Основи реклами і зв’язків із громадськістю : підручник / за заг. ред.

В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ : Вид.-полігр. центр «Київ. ун-т», 2011. 431 с.

 6. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю : навч. посіб. Київ : НМЦВО, 2001. 560 с. URL : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/419/1/PR\_ Tikhomirova.pdf

 Додаткова:

 9. Коник Д. Стратегічні комунікації : посібник для держслужбовців. Київ : б/в, 2016. 256 с.

 Завдання для самостійної роботи студента:

 1. Сформулюйте прес-реліз для медіа щодо будь-якої події (реальної чи уявної).

 2. Промоніторте види документів для ЗМІ.

 3. Сформуйте план корпоративних пабліситі для будь-якої місцевої організації.

 4. Оберіть, на власний розсуд, будь-яку форму спеціальної PR-події (прес-тур, прес-брифінг, прес-клуб, «круглий стіл», конференція, прес-презентація) та представте специфіку її реалізації на конкретному (вигаданому чи реальному) прикладі.

 5. Спираючись на власний досвід/практику, прокоментуйте, які форми спеціальних подій зустрічаються в нашому місті.

 6. Спробуйте організувати будь-яку подію для ЗМІ. Представте алгоритм дії (робота у групах).