Тема 8. Оцінювання ефективності реалізації комунікацій

План

1. Складники оціночного дослідження.

2. Критерії оцінки PR-програми.

 3. Формули читабельності Р. Френча та Р. Ганнінга.

 4. Особливості оцінки ходу реалізації та виконання PR-програми.

 Основні поняття: оцінювання, оціночне дослідження, читабельність/формули читабельності, контент-аналіз, експонування повідомлень

 Література:

 Основна:

 1. 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

 2. Комунікаційний інструментарій для державних службовців. Київ : б/в., 2018. URL : https://eu-ua.org/sites/default/files/communication-toolkit-a4u-mip-ukr.pdf

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

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

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

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

 7. 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

 Завдання для самостійної роботи студента:

1. Продемонструйте будь-який метод оцінки будь-якого напрямку дослідження.

2. Здійсність моніторинг медіа (предмет вивчення обираєте на власний розсуд).