Тема . PR в концепції інтегрованих фахових комунікацій.

1. Зв’язки з громадськістю як спосіб формування позитивного ставлення/іміджу громадськості до фірми/товару: завдання, функції, методи.

2. Зв’язки з громадськістю та пропаганда.

3. Організація корпоративних зовнішніх та внутрішніх комунікацій. Явище корпоративної культури в контексті концепції ІМК.

Завдання: Проаналізувати практики інтеграції паблік рилейшнз з іншими засобами комунікації

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. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посібник. Київ: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. URL : http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/30450/1/O\_Kurban\_PRMC\_2014.pdf

3. Липчук В. В., Дудяк А. П., Бугіль С. Я. Маркетинг : основи теорії та практики : навч. посіб. / за загальною ред. В. В. Липчука. Львів : «Новий Світ-2000»; «Магнолія плюс». 2003. 288 с.

4. Лук’янець Т. І. Рекламний менеджмент : навч. посіб. 2-ге вид., доп. Київ : КНЕУ. 2003. 440 с.

5. Примак Т. О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку : навч. посіб. Київ : МАУП. 2003. 200 с.