Тема 1. Вступ. Сутність поняття «стратегічний менеджмент комунікацій».

1. Поняття «менеджмент», «медіаменеджмент». Базові характеристики менеджменту як системного управління компаніями.

2. Комунікаційний інструментарій. PR як управлінська функція. PR-комунікації: специфіка реалізації.

3. Стратегія і тактика: суть понять та їх осмислення в сфері паблік рилейшнз.

4. Місія, філософія та цілі як підґрунтя організації комунікацій.

5. Комунікаційний менеджмент та Стратегічні комунікації: інтерпретація явища, визначення поняття.

6. Домінантні характеристики стратегічної комунікації.

 Основні поняття: комунікація, PR, PR-комунікації, стратегія, тактика, стратегічний менеджмент, управління комунікаціями/стратегічне управління комунікаціями, стратегічні комунікації, філософія, місія, цілі організації

Література:

Основна:

 1. Березенко В. Зв’язок з громадськістю як стратегічний менеджмент комунікацій. Інформація і право. № 1(1) / 2011. С. 50-54.

 2. Березенко В. В. Стратегічне управління комунікаціями як головний напрям PR-діяльності. Держава та регіони. Серія Гуманітарні науки. 2012. № 1 (28). С. 83-86. URL : www.nbuv.gov.ua/old\_jrn/Soc.../GN112\_17.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. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні : навч. посіб. Київ : Альтерпрес. 2008. 216 с. (Або: 5 а. Почепцов Г. Стратегія як мистецтво і особливий вид аналітики. Політичний менеджмент. 2004. № 2. С. 3-27. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe\_2004\_2\_3http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\_nbuv/cgiirbis\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\_meta&C21COM=S&2\_S21P03=FILA=&2\_S21STR=PoMe\_2004\_2\_3)

 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:

 7. 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.

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

 9. Романовський О. Г., Середа Н. В., Воробйова Є. В. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посіб. Харків : НТУ «ХПІ». 2015. 176 с. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/24307/1/Romanovskyi\_Osnovy\_pablik\_2015.pdf

 10. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління : навч. Посіб. Київ : Центр учбової літератури 2009. 440 с.

 Вказівки до виконання завдань: вивчаючи курс, насамперед, варто переглянути визначену до теми основну літературу, за бажанням, з метою поглибити свої знання з конкретного питання, студент може скористатися додатковою літературою. Важливо у процесі підготовки користуватися словниками, а також звертатися до словника основних термінів та понять. Запропоновані завдання для самостійної роботи слід виконувати відповідно до рекомендацій викладача курсу.

 Завдання для самостійної роботи студента:

1. Подайте визначення поняття стратегія (не менше 5 тлумачень) й інтерпретуйте його з позиції паблік рилейшнз.

2. Опишіть характеристики PR, які вказують на його єдність зі стратегічним менеджментом. Запропонуйте визначення PR, в яких чітко простежується стратегічність PR-комунікацій.

3. Спробуйте візуалізувати ідею «PR-діяльність як стратегічне управління комунікаціями».

4. Сформуйте категорійний апарат щодо вивченої теми. Інтерпретуйте поняття.

5. Відстежте філософію/місію будь-якої організації, охарактеризуйте актуалізовані цінності. Опишіть шляхи їх відтворення в організованих комунікаціях.

6. Запропонуйте власний варіант філософії (місії, цінностей) умовної чи реальної структури представте основний месідж їх втілення.