## Завдання 6

1. Створити “інформаційні приводи”.
2. Продумати шляхи налагодження зв’язків (контактів) з людьми, групами або соціальними верствами населення, від яких залежить успіх кампанії.
3. Продумати практичне проведення комунікативної кампанії.
4. Провести поточний моніторинг (контроль) ефективності дій при проведенні заходів щодо зв’язків із громадськістю.
5. Провести тематичну комунікативну кампанію за допомогою наявних засобів у навчальних корпусах ІННІ ЗНУ. Тематична комунікативна кампанія триває один день.

## Методичні рекомендації з підготовки та виконання практичних завдань:

* + детально опрацювати теоретичний матеріал та практичні приклади, наведені в методичних та дидактичних матеріалах для виконання практичних завдань, у списку рекомендованої літератури;
  + опрацювати наукові джерела (у тому числі з менеджменту недержавних організацій) щодо умов здійснення індивідуальних та групових форм комунікацій.

## Регламент проведення практичного заняття:

* при підготовці до практичного заняття і під час його проведення слухачі працюють у групах (кожна група готує окремі завдання або частини комунікативної кампанії);
* після виконання завдань практичного заняття кожна група доповідає про результати проведеної роботи, представники інших груп ставлять запитання, відбувається колективне обговорення доповідей груп;
* час, який відводиться на підготовку завдання, становить 10-20 хвилин; на презентацію відводиться 15 хвилин (з них 10 хвилин – доповідь і відповіді на запитання, 5 хвилин – її обговорення).

## Навчальні цілі (перелік умінь, навичок і знань, що мають бути здобуті на практичному занятті):

* навчитися проводити практичну комунікативну кампанію.