**Лабораторні заняття з теми №7**

**Тема: Планування PR-діяльності в економічній сфері**

 **Самостійна робота №14**

 **Самостійне опрацювання базових теоретичних питань:**

1. Паблік рилейшнз як засіб впливу на процеси в економічній сфері.
2. PR як чинник стимулювання інноваційних процесів в сфері економіки.
3. PR як засіб розв'язання проблем інвестиційної діяльності.
4. Система зв’язків з громадськістю у фінансовій сфері.
5. Бізнес-PR та його завдання. Об'єкт просування як перша особливість PR для промислових підприємств. Вигоди PR-просування для виробника.
6. Цілі PR-просування: підвищення популярності в діловому середовищі; формування/зміцнення репутації на ринку; інформування широких кіл громадськості; організація громадської думки; формування взаємин з громадськими організаціями; зв'язки із засобами масової інформації; антикризовий PR; зв'язки з внутрішньою громадськістю.
7. PR як чинник стимулювання інноваційних процесів в сфері економіки.
8. PR як засіб розв'язання проблем інвестиційної діяльності. Заходи інвестор-рилейшнз.

 **Основні поняття:** соціальні комунікації, прикладні соціально-комунікаційні технології, PR-діяльність, PR-інструментарій, PR-продукт, PR-мета, PR-завдання, комунікаційна програма, економічна/бізнесова сфера.

 **Мета самостійної роботи**: сформувати здатність розв’язувати спеціалізовані PR-задачі та практичні проблеми в економічній сфері.

 **Об’єкт вивчення**: практика PR-діяльності в економічній сфері.

***Перелік компетентностей,***

 ***що формуються під час самостійної роботи:***

*Інтергральна: здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних наук та інших наук і характеризується невизначеністю умов.*

*Загальні:*

*ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.*

*ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.*

*ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.*

*Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:*

*СК01. Здатність застосовувати знання із сфери соціальних комунікацій в PR-діяльності.*

***Результати навчання***

*ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.*

*ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.*

*ПР03. Оцінювати свій або чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована самостійно або разом.*

**Рекомендована література**

**Основна**

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз: навч. посібник реком. МОНУ. Київ:: ВД "Професіонал", 2008. 528 с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблик рилейшнз. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
3. Джефкинс Ф. Паблик Рилейшнз. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 217 с.
4. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие для вузов. Москва: Юнити-Дана, 2003.  216 с.
5. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. Київ: "Ваклер", 2000. 528 с.
6. Королько, В. Г. Паблик рілейшнз: Наукові основи, методика, практика : Підручник. Київ: Видавничий дім "Скарби", 2001.  400с.
7. Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз-средство социальной коммуникации (теория и практика). Київ: Дакор, 2002. 506с.
8. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб.   Київ : Академвидав, 2007.  224 с.
9. Пізнюк Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посібник для дистанц. навчання. Київ: Ун-т "Україна", 2005. 239с.
10. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. Київ: РЕФЛ-бук, Ваклер, 2005. 640 с.
11. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : Навч. посіб.  Київ : Знання, 2004. 373с.
12. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 328 с.
13. Ротовский А.А. Системный PR. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. 256 с.
14. Слісаренко І. Ю. Паблік Рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посібник. Київ: МАУП, 2001. 104с.
15. Шмига Ю. І. Паблік рилейшнз : навч. Посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2007. 51 с.

**Додаткова**

1. Березенко В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: монографія. Київ: Академія Української Преси, 2013. 388с.
2. Болотова В. О. Групи громадськості у сфері Паблік Рилейшнз органів внутрішніх справ. *Проблеми правознавства та правоохоронної діяльності:* Донецьк, 2000.  №2, Ч.1.  С.68-73.
3. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Программы-консультанты СПб.: Бизнес-пресса, 2007. 406 с.

 Зігнітцер Б. Паблік рілейшнз: деякі теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика.* 2004. Вип. 25. С.83-89.

1. Ібрагімова І. Паблік рилейшнз і державне управління. *Вісник Української Академії державного управління при Президентові України.* 2002. №4. С.242-247.
2. Ільченко І. О. Інституціоналізіція підготовки спеціалістів паблік рилейшнз в Україні.  *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна.* *Сер.: Соціологія.* 2001. №511, Вип.12. С.136-139.
3. Колосок С. Авторитет та імідж як компоненти паблік рилейшнз. *Збірник наукових праць Української Академіі державного управління при Президентові України*. 2001. Вип.1. С.192-198.
4. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. СПб. : Алетейя, 2001. 304 с.
5. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. Учебное пособие. Москва : Дело, 2006. –552 с.
6. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: Связи с общественностью Москва: Академический проект, 2005. –303 с.

**Інформаційні ресурси:**

1. Богоявленский А. Е. Что в имидже твоем, ПР? Опыт этимологического исследования в форме шахматной партии. Продолжение. Ход 11. ПР: в поисках универсального определения. Ход 12. Проблема поиска основания паблик рилейшнз. *Relga.* 2017. №3 (259)URL:http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3446&level1=main&level2=articles (дата звернення 14.08.2019)
2. Бронікова С. А. ПР-діяльність як стратегічний курс модернізації системи професійного навчання державних службовців. URL:: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/tppd/2007-1/07bsands.htm/07bsands.htm> (дата звернення 11.09.2019)
3. Бугрим В. В. Політична реклама, PR і виборчі технології в Україні – на минулих і майбутніх президентських та парламентських перегонах. URL: www.piar.kiev.ua (дата звернення 14.08.2019)
4. Вороняк І. “Чорний” піар і “брудні” виборчі технології – різні речі. URL: <http://kolibri.biz.ua/index.php/pr-/34-2010-02-26-16-55-15> (дата звернення 11.09.2019)
5. Егорова Е. Ментальные модели и будущее Public Relations *Советник.* 2011. № 10. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3947> (дата звернення 11.09.2019)
6. Жарлінська Р. Категорії “паблік рилейшнз” та “зв’язки з громадськістю” : теоретичний аспект. URL: http://intkonf.org/k-e-n-zharlinska-rg-svirgun-o-kategoriyi-pablik-rileyshnz-ta-zvyazki-z-gromadskistyu-teoretichniy-aspekt (дата звернення 12.08.2019)