

# ПАБЛІК РІЛЕЙШИНЗ



Викладач – кандидат  
філологічних наук, доцент  
**Ольга Рембецька**

**Мета дисципліни:** сприяти формуванню у студентів наукового світогляду й глибоких знань по формуванню громадської думки та управління нею за допомогою використання сучасних систем масової комунікації та засобів масової інформації – преси, радіо, телебачення, зв'язку, а також налагодженню безпосередніх контактів з громадськістю, цільовою аудиторією, партнерами, споживачами, клієнтами.



## Завдання дисципліни:

- забезпечення вироблення науково обґрунтованої інформаційної політики, її стратегії і тактики;
- ретельне вивчення цільової аудиторії, партнерів, клієнтів та споживачів;
- вивчення, аналіз, формування та оцінка громадської думки, настроїв і реакції населення на діяльність та інформацію фірми;
- організація і проведення активних акцій, ПР-кампаній, ділових зустрічей, конференцій, виставок, презентацій з використанням засобів масової інформації;
- продуктування і тиражування інформації під час виконання інформаційної та пропагандистської рекламної роботи;
- розробка концептуальних моделей співпраці та соціального партнерства, програм, акцій і кампаній зв'язків з громадськістю.

# PUBLIC RELATION



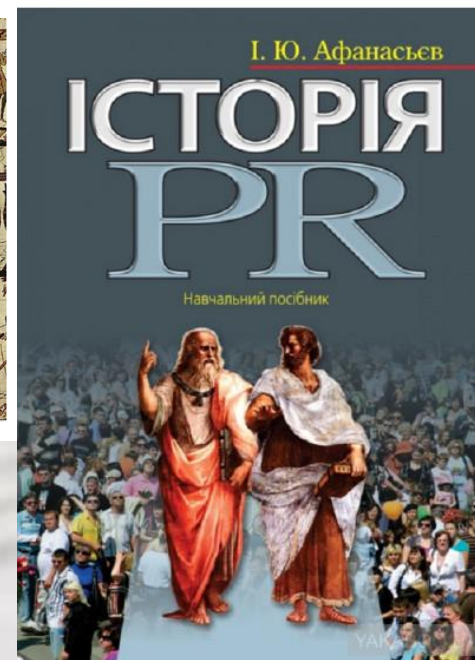
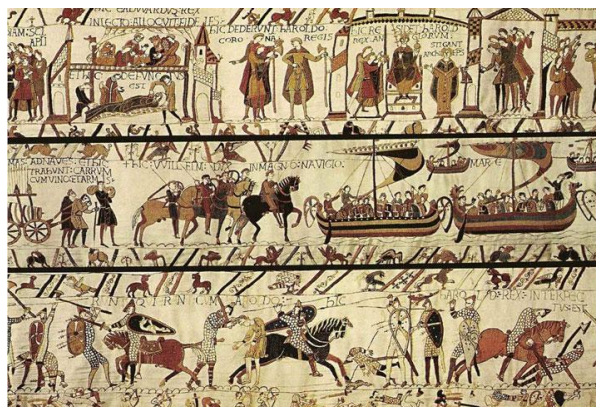
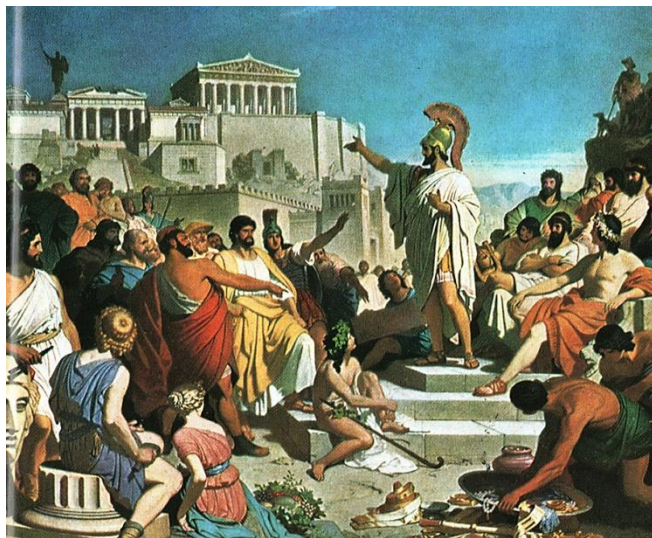
# Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.

Історія зародження ПР.

Визначення ПР, сутність та об'єкт впливу ПР.

Характеристика принципів ПР.

Спільні та відмінні ознаки ПР і реклами. Функції ПР.



# Особливості реалізації завдань ПР в ЗМІ.

Аналітична робота ПР-служб із ЗМІ.

Організаційна робота ПР-структур із ЗМІ.

Спілкування із журналістами. Робота прес-служб.



# Організація роботи в ПР.

Побудова ПР-структур.

Нормативно-правові засади ПР-діяльності.

Етичні засади ПР-діяльності.

## Етапи організації поточної роботи PR-служб



аналіз  
обстановки,  
необхідні  
дослідження  
і постановка  
основної  
задачі



розробка  
програми та  
кошторису  
планованих  
заходів



здійснення  
намічених  
програм,  
розширення  
кола  
спілкування



дослідження  
результатів,  
оцінка і  
можлива  
добробка

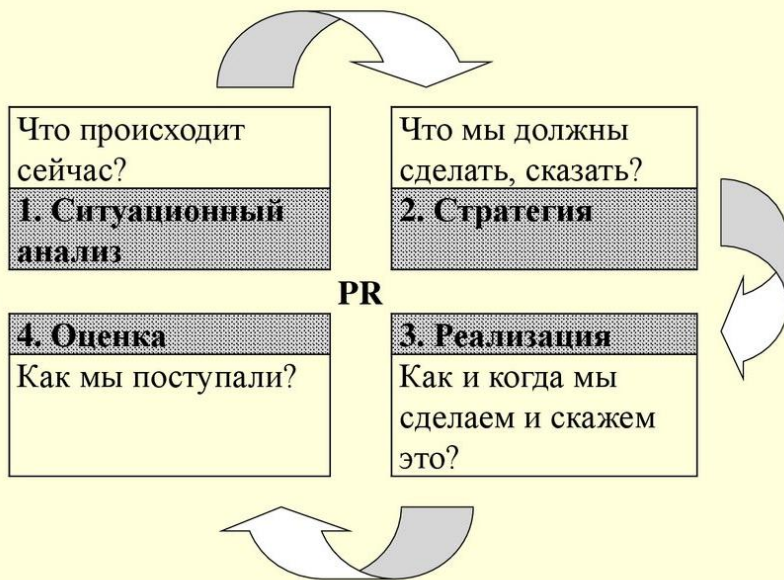


# PR-кампанія як організаційна форма діяльності в PR.

Напрями PR-кампаній.

Підготовка PR-кампанії, основні її етапи.

## Этапы PR-кампании Сэм Блэк



# Псевдотехнології PR та протидія їм.

Основні прийоми псевдо технологій PR (чорний PR).

Маніпулювання громадською думкою з використанням ЗМІ.

Протидії псевдотехнологіям PR.

