

**Розширений план лекцій
з дисципліни «ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ»**

лекційних годин – 30

Викладач – к.е.н., доц. Козакова О.М.

СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1
ЕВОЛЮЦІЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ І ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ**

Лекція 1. Введення в паблік рилейшнз

1. Поняття «паблік рилейшнз», основні підходи до його визначення.
2. Етапи розвитку сучасного бізнесу і менеджменту.
3. Історія і джерела паблік рилейшнз.
4. Предмет і основні категорії паблік рилейшнз.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2
СИСТЕМА І МОДЕЛІ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ**

Лекція 2. Сутність і зміст паблік рилейшнз

1. Актуальність і сутність паблік рилейшнз на сучасному етапі.
2. Цілі і задачі паблік рилейшнз.
3. Принципи формування паблік рилейшнз.

Лекція 3. Моделі паблік рилейшнз

1. Функції паблік рилейшнз.
2. Моделі паблік рилейшнз.
3. Паблік рилейшнз як філософія і культура сучасного бізнесу.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3
ГРОМАДСЬКІСТЬ І ГРОМАДСЬКА ДУМКА В PR- ДІЯЛЬНОСТІ**

Лекція 4. Громадськість в сфері паблік рилейшнз

1. Громадськість як об'єкт комунікативного впливу.
2. Групи та рівні громадськості.
3. Визначення цільових і пріоритетних груп громадськості та їх інтересів.

Лекція 5. Громадська думка в сфері паблік рилейшнз

1. Сутність та складові громадської думки.
2. Чинники формування громадської думки.
3. Методи дослідження громадської думки.
4. Вплив комунікації на громадську думку.

Лекція 6. Комунікація і вплив на громадськість

1. Процес комунікації та її елементи.
2. Чинники впливу на громадськість.
3. Етика паблік рилейшнз.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4
ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ**

Лекція 7. Паблік рилейшнз у організаційній структурі підприємства

1. Статус паблік рилейшнз на підприємстві.
2. Організаційна структура паблік рилейшнз.
3. Функції PR- підрозділів та консультативних PR- фірм.

Лекція 8. Організація зв'язків з громадськістю

1. Шляхи організації паблік рилейшнз.
2. Принципи і етапи процесу управління зв'язками з громадськістю.
3. Особливості формування громадських зв'язків в Україні.

Лекція 9. Планування, реалізація та ефективність паблік рилейшнз

1. Визначення проблемних ситуацій та їх аналіз.
2. Рівні та етапи планування зв'язків з громадськістю.
3. Комунікація і дія як складові реалізації програми паблік рилейшнз.
4. Оцінка програми, ефективність паблік рилейшнз.

СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ

Лекція 9. Паблік рилейшнз у комунікаційній політиці підприємства

1. Паблік рилейшнз як складова комунікаційної політики.
2. Сутність і класифікація PR- інструментарію.

Лекція 10. Механізм взаємодії з засобами масової інформації

1. Принципи відносин з журналістським корпусом.
2. Форми забезпечення пабліситі.
3. Стан і перспективи розвитку відносин з засобами масової інформації в Україні.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6

ІМІДЖ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ У ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Лекція 11. Корпоративний імідж і соціальне середовище корпорації

1. Сутність, типи і основні чинники корпоративного іміджу.
2. Процес формування іміджу. Роль особистого іміджу керівника.
3. Просування корпоративного іміджу у зв'язках з громадськістю.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 7

ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ У КОНФЛІКТНИХ І КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

Лекція 12. PR- діяльність у конфліктних і кризових ситуаціях

1. Типологія конфліктних ситуацій.
2. Типологія кризових ситуацій.
3. Управління проблемами на етапі їх зародження.
4. Управління зв'язками з громадськістю в умовах конфліктів і кризи.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 8

ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ В СИСТЕМІ ВІДНОСИН З ДЕРЖАВОЮ

Лекція 13. Паблік рилейшнз і цивілізоване лобіювання

1. Поняття «лобіювання». Правові основи лобіювання.
2. Зміст, основні задачі, функції та форми лобіювання.
3. Роль держави у становленні інформаційного суспільства.

Лекція 14. Політичні зв'язки з громадськістю

1. Політична система і зв'язки з громадськістю.
2. Сутність і характеристика основних політичних сил в сучасній Україні.
3. Виборчі технології як складова зв'язків з громадськістю.

Лекція 15. Міжнародні зв'язки з громадськістю

1. Сутність, суб'єкти та об'єкти міжнародних зв'язків з громадськістю.
2. Імідж країни та його роль у міжнародних зв'язках з громадськістю.
3. Міжнародні комунікації.