

СТУДЕНТСЬКИЙ НАУКОВИЙ ГУРТOK

«MEDIAEXPERT»

*Керівник – кандидат педагогічних наук,
доцент Гінкевич Оксана Валентинівна*

(Кількість засідань наукового гуртка – 1 засідання/2 години на місяць)

Тематика засідань наукового гуртка

Тема 1. ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ ПРАЦІВНИКІВ PR-АГЕНЦІЇ. Обумовлення появи нових рекламних спеціальностей. PR-професії: специфіка, проблематика, перспективи. Вимоги до спеціалістів з PR. Особливості праці. Засади та принципи організації PR-діяльності. Посадові обов'язки фахівців PR-агенції. Основні задачі PR-агенції.

Тема 2. ЕТИКА ТА ПСИХОЛОГІЯ РОБОТИ PR-АГЕНЦІЇ. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ PR-КОМУНІКАЦІЇ. Практика залучення клієнтів до PR-агенції. Етика спілкування піарників: внутрішня та зовнішня. Психологічний аспект ефективного спілкування в PR. Взаємовідносини між суб'єктами PR-комунікації. Види взаємовідносин в PR-комунікації.

Тема 3. PR-АГЕНЦІЯ: ЦІЛІ, ФУНКЦІЇ, МЕТОДИ РОБОТИ. Функціонування PR-агенції. Підвищення ефективності роботи PR-агенції. Специфіка та функції PR-агенції. Методики та етика роботи з клієнтами.

Тема 4. ВИДИ ТА ФОРМИ PR: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ. Відкрита та прихована реклама. Послуги PR-агенцій. Співробітництво PR-агенцій із ЗМІ. Правила підготовки PR-продукції.

Тема 5. СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА PR-КАМПАНІЇ. Етапи та методика формування PR-кампанії. Складові PR-планування. PR та аудит: мета, процес, методика проведення. Методи комунікативного аналізу. Стратегія і тактика PR-кампанії. Бюджет: види, принципи та засади формування. Поняття, рівні й види контролю PR-діяльності. Тактичний контроль PR. Стратегічний внутрішньофірмовий контроль. Регулювання PR-діяльності (споживачі, громадськість, держава).

Тема 6. ПІДГОТОВКА Й РОЗМІЩЕННЯ PR-МАТЕРІАЛІВ. Рекламна формула: механізми практичного застосування. Етика підготовки PR-матеріалів для ЗМІ. Етика підготовки PR-пропозицій для рекламодавців. Механізми розміщення PR-матеріалів в ЗМІ.

Тема 7. ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ PR-ПРОЕКТАМИ. Розробка та планування PR-проектів. Управління фінансами для реалізації PR-проектів. Управління якістю PR-проекту, вплив фактора часу на можливість реалізації проектів. Критерії оцінки PR-проектів. Реалізація (закриття) проекту. Зворотній зв'язок та вирішення проблем, пов'язаних з завданням проекту.

Тема 8. ПРЕЗЕНТАЦІЯ МЕДІЙНОГО ПРОЄКТУ НА ТЕМУ «СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА PR-КАМПАНІЇ. РОЗРОБКА І АНАЛІЗ»