**Тема 5. Сутність паблік рілейшнз та інституалізація піару**

**План заняття:**

1. Суть поняття «зв’язки з громадськістю» або PR, принципи та функції.

2. Предмет і об’єкт паблік рилейшнз як науки та управлінської діяльності.

3. Історія виникнення паблік рілейшнз.

4. Основні категорії паблік рилейшнз.

5.Паблік рілейшнз як функція маркетингу та менеджменту.

6. PR і реклама: загальне та особливе.

**Питання для обговорення:**

1. Які події чи явища можна вважати передумовами виникнення паблік рилейшнз як професійної діяльності?

2. Які соціальні та економічні процеси сприяли зростанню популярності ПР у період індустріальної революції?

3. Які перспективи розвитку має сучасна галузь паблік рилейшнз?

4. Що таке паблік рілейшнз? Як по іншому можна назвати паблік рілейшнз? Яка його основна відмінність від звичайної реклами?

5. Які основні завдання паблік рілейшнз як наук?

6. Які сучасні напрями паблік рілейшнз ви можете назвати?

7. Чим відрізняється пропагандистська діяльність від діяльності в галузі зв‘язків з громадськістю? Як вони між собою пов‘язані?

8. Обгрунтуйте популярність та актуальність на сьогодні PR-діяльності, назвіть найпоширеніші сфери застосування.

**Завдання для вирішення:**

**Завдання 1.** Опишіть основні напрями та тенденції, які впливають на сучасну практику PR. Виберіть три ключові аспекти розвитку PR, які, на вашу думку, найбільше визначають його сучасний образ. Для кожної тенденції надайте короткий опис і поясніть, чому вона є важливою для сучасної професійної практики PR.

**Завдання 2.** Ознайомтеся з основними етапами розвитку PR:

- Стародавні часи (зародження PR як комунікаційного процесу (грецькі оратори, римські агітатори, середньовічна церква)).

- XVII-XVIII століття (використання PR у політиці та бізнесі).

- XIX століття (перші спроби організації публічних комунікацій .

- XX століття (формування сучасного PR).

- Сучасність (диджиталізація та вплив нових медіа на PR).

Розробіть карту у вигляді лінії часу із зазначенням ключових етапів, подій і персоналій, що вплинули на формування паблік рилейшнз.

**Завдання 3.** Оберіть один із сучасних напрямів PR-діяльності (наприклад, управління корпоративним іміджем, взаємини з інвесторами, робота з медіа, створення сприятливого образу особистості, суспільні та соціальні ініціативи, тощо.) та знайдіть реальний кейс компанії або організації, яка успішно застосувала цей напрям.

Проведіть аналіз кейсу, відповівши на запитання:

* Які інструменти PR були використані?
* Яка була мета кампанії?
* Які результати вдалося досягти?

**Завдання 4.** Оберіть існуючу організацію або бренд та для кожної з наведених PR цілей оберіть відповідні інструменти PR для їх досягнення:

1. Підвищення впізнаваності;

2. Покращення репутації;

3. Стимулювання продажів або залучення нових клієнтів;

4. Управління кризовими ситуаціями;

5. Покращення корпоративної культури.

**Теми доповідей:**

1. Історичні причини виникнення паблік рілейшнз.

2. Виникнення і становлення паблік рілейшнз в Україні.

3. Місце паблік рілейшнз у системі економічних наук.

4. Сучасні тренди в паблік рілейшнз.

5. Ефективність запровадження сучасних Інтернет-технологій у паблік рілейшнз.

6. Робота PR-служб із засобами масової інформації.