**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра\_\_\_\_Педагогіки і психології управління соціальними системами

ім.акад. І. А. Зязюна

(назва)

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Голова науково-методичної комісії \_зі спеціальності «Соціальне забезпечення»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва комісії)

 О.Г.Романовський\_\_\_\_

 (підпис) (ініціали та прізвище)

15. 06. 2022року

**Методичні вказівки до виконання контрольних робіт магістрами заочної форми навчання з дисципліни**

**«ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ »**

рівень вищої освіти\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ другий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань 23 «Соціальна робота»

(шифр і назва)

спеціальність \_\_\_\_\_232\_«Соціальне забезпечення»

спеціалізація \_«Управління в сфері соціального забезпечення»

вид дисципліни \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_професійна підготовка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(загальна підготовка / професійна підготовка)

форма навчання \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_денна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(денна / заочна)

Харків – 2022 рік

Варіант1

1. Предмет і об’єкт паблік рилейшнз як науки та управлінської діяльності.
2. .Маніпулювання масовою свідомістю. Негативні технології.
3. Практичне завдання. Розкрийте роль PR у забезпеченні ефективної роботи фірми (організації).

Варіант 2

1. Основні категорії паблік рилейшнз. Сутність і принципи PR.

2. Засоби масової інформації: сутність, цілі, функції, права та обов’язки.

3. Практичне завдання. Розкрийте роль PR у забезпеченні зовнішніх зв’язків фірми (організації).

Варіант 3

1. Історичні джерела та розвиток PR.

2. Стратегічні комунікації та їхня роль у зв’язках з громадськістю.

3. Практичне завдання. Розкрийте правила підготовки і проведення ділової бесіди як складової загальної системи менеджменту.

Варіант 4

1. Сутність і основні елементи системи зв’язків з громадськістю.

2. Стан і перспективи розвитку засобів масової інформації в Україні.

3. Практичне завдання. Порадьте промовцю загальні правила щодо підготовки усного виступу.

Варіант 5

1. Функції системи зв’язків з громадськістю та завдання її елементів.
2. Принципи організації системи засобів масової комунікації.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте систему заходів у діяльності PR-служб або PR-фахівця щодо попередження кризової ситуації.

Варіант 6

1. Організаційно-психологічні передумови ефективності PR.

2. Сутність і основні складові корпоративного іміджу.

3. Практичне завдання. Дайте поради щодо організації презентації з представлення нового проекту.

Варіант 7

1. Порядок проведення моніторингу громадської думки щодо результатів проведених PR заходів.
2. Мета і завдання зв’язків з громадськістю в сучасному маркетингу.
3. Практичне завдання. Дайте поради щодо можливостей досягти прихильності до себе співрозмовника.

Варіант 8

1. Цільові аудиторії у зв’язках з громадськістю.
2. PR і реклама у забезпеченні функціонування і розвитку соціальної і гуманітарної сфер.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте місце і роль інформаційного дизайну у зв’язках з громадськістю.

Варіант 9

1. Зв’язок в Україні – головний чинник системи засобів масової комунікації.
2. Базові PR – документи у спілкуванні із партнерами і клієнтами.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте зовнішній вигляд, стиль поведінки, особисту культуру працівників та їхній вплив на імідж корпорації (фірми).

Варіант 10

1. Становлення й розвиток організаційних форм управління зв’язками з громадськістю.
2. . Практичні аспекти планування, організації та проведення заходів ділового спілкування із засобами масової інформації.
3. Практичне завдання. Проаналізуйте імідж відомої Вам організації на основі критерію «Імідж корпорації як працедавця».

Варіант 11

1. Інформаційний простір в умовах соціально-економічної трансформації українського суспільства.
2. Планування та організація проведення кампаній зі зв’язків з громадськістю.
3. Практичне завдання. Проаналізуйте імідж відомої Вам організації на основі критерію «Імідж громадський».

Варіант 12

1. Планування зв’язків з громадськістю. Розробка программ.

2. Імідж країни та його роль у міжнародних зв’язках з громадськістю.

3. Практичне завдання. Охарактеризуйте зовнішній вигляд, стиль поведінки, особисту культуру працівників та їх вплив на імідж корпорації (фірми).

Варіант 13

1. Зв’язки і співпраця зі ЗМІ. Механізм взаємодії.

2. Внутрішньокорпоративний PR.

3. Практичне завдання. Проаналізуйте імідж відомої Вам організації на основі критерію «Імідж фінансовий».

Варіант 14

1. Сутність і завдання системи зв’язків з громадськістю в промисловості.

2. Типи комунікації в PR.

3. Практичне завдання. Проаналізуйте імідж відомої Вам організації на основі критерію «Імідж управлінський».

Варіант 15

1. Особливості зв’язків з громадськістю в комерційній діяльності.
2. Роль держави у становленні інформаційного суспільства.
3. Практичне завдання. Проаналізуйте імідж відомої Вам організації на основі критерію «Імідж товару».

Варіант 16

1. Місце і роль особистого іміджу керівника (лідера) у формуванні корпоративного іміджу.
2. Міжнародні комунікації й аналіз міжнародної інформації.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте оперативний план зв’язків з громадськістю, його зміст і роль у діяльності фірми (організації).

Варіант 17

1. Кодекс професійної поведінки і етики IPRA (Internatinal Public Relations Association).

2. Комунікативна сутність зв’язків з громадськістю.

3. Практичне завдання. Дайте характеристику довгострокового (стратегічного) плану зв’язків із громадськістю та назвіть його складові.

Варіант 18

1. Основні напрямки дослідження у галузі PR.
2. Рекомендації щодо організації прес-конференцій.
3. Практичне завдання. Назвіть складові програми зв’язків з громадськістю.

Варіант 19

1. Кабінетне дослідження (Desk Research).
2. Етика і професійні стандарти у зв’язках з громадськістю.
3. Практичне завдання. Визначте основні правила підготовки і використання реклами.

Варіант 20

1. Корпоративний імідж та його використання у зв’язках з громадськістю.
2. Елементи PR в Середньовіччі. Конгрегація пропаганди віри. Поширення друкарства та книгодрукування.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте стратегію і тактику власної PR-кампанії.

Варіант 21

1. ЗМІ як інструмент реалізації завдань PR.
2. Спеціальні події в PR: презентація.
3. Практичне завдання. Розробіть календар-графік власної PR-кампанії.

Варіант 22

1. Основні напрями діяльність PR-агенств та Асоціації зі зв’язків з громадськістю в Україні.
2. Місце реклами у реалізації PR-стратегії.
3. Практичне завдання. Наведіть «Портрет сучасного піарника».

Варіант 23

1. PR та реклама.
2. Правове регулювання PR-діяльності.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте зв’язок і взаємодію паблік рилейшнз з іншими науками

Варіант 24

1. Вимоги до комунікації та комунікатора в PR. Які типи комунікації використовуються у практиці PR.
2. PR як елемент соціальних та політичних технологій.
3. Практичне завдання. Заповніть таблицю, в якій відобразіть особливості окремих етапів виникнення та розвитку системи PR-технологій:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Етапи виникнення і розвитку PR  | Загальна характеристика етапу  | Країни поширення  | Проблеми, що вирішувались службами PR  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Варіант 25

1. Основні етапи PR та їх характеристика.
2. Роль держави у становленні інформаційного суспільства
3. Практичне завдання. Наведіть приклад соціального спрямування інформації у вашому житті та діяльності.

Розроблено: проф. Лариса ГРЕНЬ

Затверджено на засіданні кафедри ППУСС ім. акад. І.А. Зязюна,

протокол № 13 від «15» червня 2022 р.

Зав.каф. Олександр РОМАНОВСЬКИЙ

 (підпис)  (прізвище,ініціали)