Оцінка ефективності PR-технологій

Опис курсу

Курс розроблено таким чином, щоб учасники мали змогу оволодіти системою теоретичних знань у галузі зв'язків з громадськістю, одержати практичні вміння та навики щодо аналізу PR-кампанії та визначення їх ефективності.

Студенти отримають знання та навички щодо формування та реалізації PR-кампанії, включаючи усі етапи її творення: дослідницький етап, етап планування, реалізації та оцінки. Особлива увага приділяється оцінюванню ефективності PR-технологій, а саме: виокремленню різних моделей, критеріїв та методів. Студенти аналізуватимуть уже наявні кейси застосування різних PR-технологій, а також самостійно розроблятимуть концепцію PR-кампанії та її оцінки.

Метою вивчення дисципліни «Оцінка ефективності PR-технологій» є вироблення у студентів достатнього рівня критичного осмислення сучасних теоретичних концепцій, методів та технік реалізації PR-діяльності та її оцінки, а також вміння самостійно формувати та оцінювати PR-концепцію.

Завдання:

- ознайомлення студентів зі спектром західних та вітчизняних концепцій, де відображено сутність теоретичних та методологічних підходів до розуміння зв'язків з громадськістю та оцінки PR-технологій;
- вдосконалення навичок аналізу конкретних випадків застосування різних PR-технологій та їх оцінки;
- вдосконалення навичок самостійного створення PR-концепції, що сприятиме переведенню теоретичних знань в практичну площину;
- вдосконалення навичок самостійного створення системи методів та критеріїв оцінки PR-кампаній.

Рекомендована література

Основна література:

1. Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / Королько В.Г., Некрасова О. В. – К: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
2. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 431 с.
3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : Навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.

Додаткова література:

1.Березенко В.В. Планування PR-діяльності: Навчально-методичний посібник для студентів для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня "спеціаліст" спеціальності "Зв'язки з громадськістю. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 192 с.
2. Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2011. 123 с.
3. Гриджук І.А., Кучер М.В. Організація та управління PR-кампанією підприємства та система критерії визначення її ефективності. *«Молодий вчений»*. № 6 (70). 2019. С. 160-167 https://www.molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2553
4.Лінніков С.В., Миронюк І.С. До питання оцінки ефективності інформаційно-комунікаційних кампаній у системі громадського здоров'я. *Україна. Здоров'я нації.* 2022. № 3 (69). http://healty-nation.uzhnu.edu.ua/article/view/266021
5. Мироненко В.В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. *Communications and Communicative Technologies*. Вип. 20. 2020. С. 107 – 115.
6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навч.посібник. Київ : Знання, 2006. 327 с.
7.Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 202 с.

8. Пєтухова О. М, Степанчук С. О., Грущенко А. В. Race-технологія при розробці іміджевої рекламної та PR-кампанії підприємства. *Ефективна економіка.* № 12. 2021. https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/38694
9.Романовський О.Г., Середа Н.В., Воробйова Є.В. Психологія паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. 176 с.
10.Сергєєва І.В. Психологія паблик рілейшинз : курс лекцій. Слов'янськ : вид-во Б.І. Маторіна, 2016. 102 с.
11.Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : Навч. посібник. – К. : НМЦВО, 2001. 560 с.
12. Шевченко О.В. Яковець А.В. PR: теорія і практика. К.: Бізнесполіграф, 2011. 464с.

Інтернет-джерела:

1.Institute for Public Relations https://instituteforpr.org
2. Як формувати PR-стратегію? Марафон Креативної Практики https://www.youtube.com/watch?v=I0_s1VEJpuQ
3. https://perfect-pr.com.ua/cases/