

ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ З ОРГАНІЗАЦІЇ PR-АГЕНЦІЇ

1. Поняття та визначення «PR -агенція».
2. Основні задачі PR комунікації.
3. Етика психологія роботи PR агенції.
4. Психологічний аспект ефективного спілкування в PR.
5. Етапи та методика формування PR кампанії.
6. Стратегія й тактика рекламної та PR кампанії.
7. Бюджет: види, принципи та засади формування.
8. Види медіапланування.
9. Медіаплан та його складові. Компоненти медіаплану.
10. Законодавче забезпечення PR діяльності.
11. Документація рекламної та PR агенції.
12. Обов'язки PR -менеджера.
13. Обов'язки менеджера з PR.
14. Аналіз діяльності компанії.
15. Мета, завдання, специфіка формування PR -концепцій.
16. Зміст та функції PR -документу.
17. Базові документи PR: види та складові.
18. Корпоративні газети та журнали.
19. Правила написання PR -текстів. Медіариторика.
20. Організація та проведення виставкової діяльності, прес-конференції, презентації, семінарів-тренінгів, клубних вечорів (party), конференцій та конкурсів в рамках діяльності PR -агенцій..
21. ЗМІ як засіб виходу на цільову аудиторію: телебачення, радіо, преса та Інтернет як канали PR -впливу. Особливості роботи PR -агенцій із ЗМІ.
22. Організації PR агенств.
23. PR бюджет, методи його визначення.
24. Основні види зовнішньої діяльності PR -менеджерів.
25. Організаційна структура і обов'язки публік релейшнз.
26. PR -відділ організації.

27. Організаційні схеми PR - підрозділів.
28. Консультативна PR - фірма.
29. Функції PR - підрозділів і консультативних PR - фірм.
30. Як відкрити PR - агенство та з чого почати?
31. Структура рекламної агенції.
32. Рекламні та PR професії: специфіка, проблематика, перспективи.
33. Вимоги до спеціалістів з PR. Особливості праці.
34. Засади та принципи організації PR - діяльності.
35. Посадові обов'язки фахівців PR - діяльності.
36. Основні задачі PR - агенції.
37. Практика залучення клінтів до PR - агенції.
38. Етика спілкування піарників: внутрішня та зовнішня.
39. Психологічний аспект ефективного спілкування в PR. Взаємовідносини між суб'єктами PR комунікації. Види взаємовідносин в PR комунікації.
40. Технологія управних переговорів: методи переконання й фактори впливу.
41. Мета, принципи та засади функціонування рекламної та PR - агенції.
42. Основні задачі рекламної та PR - агенції.
43. Шляхи підвищення ефективності роботи PR - агенції.
44. Специфіка та функції PR - агенції.
45. Методики та етика роботи з клієнтами.
46. Відкрита та прихована реклама.
47. Послуги PR - агенцій.
48. Співробітництво PR - агенцій із ЗМІ.
49. Правила підготовки рекламно-сувенірної продукції (буклети, флаєри, листівки та ін.).
50. Етапи та методика формування PR - кампанії. Складові рекламного планування.
51. PR аудит: мета, процес, методика проведення. Методи комунікативного аналізу.
52. Стратегія PR кампанії.

53. Тактика PR кампанії.

54. Етика підготовки PR матеріалів для ЗМІ.

55. Етика підготовки р PR пропозицій для рекламодавців.

56. Механізми розміщення PR матеріалів в ЗМІ

57. Поняття, рівні й види контролю PR діяльності.