

КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА, ГУМАНІТАРНИХ І СОЦІАЛЬНИХ НАУК
КАФЕДРА ГУМАНІТАРНИХ НАУК, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до випускної роботи бакалавра

на тему «ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ
PR-ВІДДІЛУ У
ВІТЧИЗНЯНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ»

Виконала: студентка 4 курсу, групи БІС-17-13
спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна
та архівна справа

Освітня програма «Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа»

Осокіна П. О.

Керівник Саранча В. І.

Рецензент Гришко Н. Є.

м. Кременчук 2021 року

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ І ФУНКЦІОНУВАННЯ PR-ВІДДІЛУ	11
1.1 Сутність, мета та завдання системи паблік рілейшнз	11
1.2 Структурно-функціональний підхід та схеми організації PR- підрозділу.....	19
1.3 Кваліфікаційні характеристики фахівців PR-відділу	26
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ PR-ВІДДІЛУ ІЗ ЗМІ	34
2.1 Основні принципи формування інформаційної політики організації.....	34
2.2 Media relations. Підготовка і розсилка прес-релізів.....	38
2.3 Ньюсмейкерство. Організація прес-заходів.....	47
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ.....	66

АНОТАЦІЯ

Тема: Принципи організації та функціонування PR-відділу у вітчизняному інформаційному просторі

Записка: сторінок 66, додаток 1, використано 47 літературних джерела.

Об'єктом дослідження є сучасна система організації установами зв'язків із громадськістю.

Предметом дослідження є принципи організації та функціонування PR-відділів.

Метою випускної роботи є визначення загальних засад організації роботи PR-відділів і перспективи розвитку іміджевих PR-технологій у роботі із ЗМІ.

У випускній роботі досліджено загальні засади організації і функціонування PR-відділу, здійснено аналіз і класифікацію функцій PR-відділу, обґрунтовано мету і завдання системи публік релейшнз. Під час виконання роботи здійснено ознайомлення із структурно-функціональним підходом і схемою організації PR-підрозділу, з'ясовано принципи організації роботи PR-відділу із ЗМІ. Виявлено і проаналізовано заходи щодо формування інформаційної політики організації, з'ясовано специфіку Media relations. Визначено специфіку створення прес-релізів; досліджено принципи ньюсмейкерства і засади організації прес-заходів.

Ключові слова: Public relations (PR), зв'язки із громадськістю, PR-технології, PR-відділ, засоби масової інформації (ЗМІ), інформація, імідж, інформаційна політика, прес-реліз, прес-заходи, комунікації, ньюсмейкер