

Теми курсових робіт з курсу «Медіарилейшенз»

1. Використання службами зв'язків з громадськістю технічно опосередкованих комунікацій.
2. Громадськість в системі паблік рилейшнз: поняття, структура, типологізація.
3. Діяльність служб зв'язків з громадськістю в органах місцевої та регіональної влади України.
4. Діяльність служб зв'язків з громадськістю в органах центральної влади України.
5. Дослідницька діяльність служб зв'язків з громадськістю: проблематика, напрями, методи.
6. Етичні аспекти діяльності системи PR та її працівників.
7. Засоби внутрішніх комунікацій та їх специфіка в окремих установах, організаціях або на підприємствах.
8. Засоби масової інформації та служби зв'язків з громадськістю.
9. Здійснення спеціальних заходів як засіб комунікацій з громадськістю (церемонії відкриття, презентації, прийомів та днів відкритих дверей).
10. Конференції, прес-конференції, «круглі столи» та брифінги як засіб комунікації з громадськістю.
11. Лобіювання як засіб комунікації.
12. Методи впливу на громадськість: критерії типологізації та особливості окремих груп, методів.
13. Методи та джерела вивчення громадської думки службами паблік рилейшнз.
14. Місце зв'язків з громадськістю у системі наукових знань, їх взаємний вплив та взаємодія
15. Моніторинг публікацій служб паблік рилейшнз у пресі України.
16. Моніторинг публікацій у пресі: емпіричне дослідження друкованих матеріалів щодо окремих установ, організацій та підприємств.
17. Опитування як метод отримання первинної інформації та встановлення зворотного зв'язку з громадськістю.
18. Організація та особливості здійснення внутрішніх комунікацій.
19. Організація та проведення виставок як засобу комунікацій з громадськістю.
20. Організація та проведення компаній паблісіті (на прикладі окремих типів установ, організацій або підприємств).
21. Особливості роботи служб паблік рилейшнз з друкованими ЗМІ.
22. Особливості роботи служб паблік рилейшнз з телебаченням.
23. Паблік рилейшнз у міжнародних відносинах.
24. Початки системи зв'язків з громадськістю в історії українського суспільства.
25. Правові основи діяльності системи зв'язків з громадськістю в Україні.
26. Предметне поле зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання: підходи та трактування в сучасному суспільстві.

27. Проблема визначення «своєї» громадськості та шляхи її вирішення окремими установами, організаціями або підприємствами.
28. Програма публіситі для Національного університету біоресурсів і природокористування України.
29. Пропаганда у системі зв'язків з громадськістю.
30. Професійна діяльність у галузі паблік рилейшнз та її особливості в Україні
31. Професійні та особисті якості працівника паблік рилейшнз та проблема їх формування у майбутніх спеціалістів.
32. Реклама та зв'язки з громадськістю.
33. Система зв'язків з громадськістю: організаційні форми роботи, структура та специфіка в Україні.
34. Служба зв'язків з громадськістю у кризових ситуаціях.
35. Специфіка організацій та функціонування служб зв'язків з громадськістю в економічній сфері.
36. Специфіка організацій та функціонування служб зв'язків з громадськістю в соціокультурній сфері.
37. Специфіка організацій та функціонування служб зв'язків з громадськістю в політичних партіях та громадських організаціях.
38. Специфіка організації та функціонування служб паблік рилейшнз.
39. Створення іміджу організації (політичного лідера) як важливе завдання служби паблік рилейшнз.
40. Сучасна теорія комунікації та її значення для паблік рилейшнз.
41. Теоретичні та практичні аспекти підготовки та здійснення публічних виступів.
42. Теоретичні та практичні аспекти підготовки та проведення переговорів.
43. Теорія та практика застосування працівниками паблік рилейшнз невербальних комунікацій.
44. Теорія та практика застосування службами зв'язків з громадськістю усних вербальних комунікацій.
45. Теорія та практика застосування службами зв'язків з громадськістю писемних вербальних комунікацій.
46. Фінансові комунікації та їх специфіка в Україні.
47. Чутки як стихійна форма комунікації.
48. Шляхи, засоби та методи формування громадської думки службами паблік рилейшнз.