

Теми курсових робіт з курсу «Медіарилейшенз»

1. Громадськість в системі паблік рилейшнз: поняття, структура, типологізація.
2. Діяльність служб зв'язків з громадськістю в агропідприємствах.
3. Діяльність служб зв'язків з громадськістю в екологічних установах.
4. Дослідницька діяльність служб зв'язків з громадськістю: проблематика, напрями, методи.
5. Етичні аспекти діяльності системи PR та її працівників.
6. Засоби внутрішніх комунікацій та їх специфіка в окремих установах, організаціях або на підприємствах.
7. Засоби масової інформації та служби зв'язків з громадськістю агросфери.
8. Здійснення спеціальних заходів агросфери як засіб комунікацій з громадськістю (церемонії відкриття, презентації, прийомів та днів відкритих дверей).
9. Конференції, прес-конференції, «круглі столи» та брифінги як засіб комунікації з громадськістю.
10. Методи та джерела вивчення громадської думки службами паблік рилейшнз.
11. Місце зв'язків з громадськістю у системі наукових знань, їх взаємний вплив та взаємодія.
12. Моніторинг публікацій служб паблік рилейшнз у ЗМІ України (за агро- чи екології).
13. Організація та особливості здійснення внутрішніх комунікацій (на прикладі аграрного підприємства).
14. Організація та проведення виставок як засобу комунікацій з громадськістю.
15. Організація та проведення компаній паблісіті (на прикладі окремих типів установ, організацій або підприємств).
16. Правові основи діяльності системи зв'язків з громадськістю в Україні.
17. Програма паблісіті для Національного університету біоресурсів і природокористування України.
18. Професійна діяльність у галузі паблік рилейшнз та її особливості в Україні (особливості для агропідприємств).
19. Професійні та особисті якості працівника паблік рилейшнз та проблема їх формування у майбутніх спеціалістів.
20. Служба зв'язків з громадськістю у кризових ситуаціях.
21. Специфіка організацій та функціонування служб зв'язків з громадськістю в аграрній сфері.
22. Сучасна теорія комунікації та її значення для паблік рилейшнз.
23. Фінансові комунікації та їх специфіка в Україні.
24. Чутки як стихійна форма комунікації.
25. Шляхи, засоби та методи формування громадської думки службами паблік рилейшнз.