**Практичне заняття 6. Психічні особливості рекламної політики**

1.Паблік-рилейшнз – PR.

2.Сутність та специфіка PR.

3.Вплив реклами на свідомість та підсвідомість споживачів.

4.Нейромаркетинг

**Питання для самоконтролю**

1. Що таке паблік рілейшнз?
2. Наведіть приклади вдалого PR.
3. Зазначте функції та завдання PR.
4. Як впливає реклама на свідомість споживача? (наведіть приклади з свого життя)
5. Що таке нейромаркетинг і яка його роль у сучасній рекламі?

**Мозковий штурм в малих групах**

Термін „паблік рилейшнз” широко використовується в наші дні. В широкому сенсі паблік рілейшнз охоплює такі основні напрямки (вибрати вірні відповіді та обґрунтувати свій вибір):

1. Суспільна думка.

2. Суспільні відносини.

3. Неурядові зв'язки.

4. Суспільне життя.

5. Приватні зв'язки.

6. Фінансові відносини.

7. Міжнародні зв'язки.

8. Відносини із споживачами.

9. Дослідження і статистика.

10. Інтернет ресурси.

11.Політична ситуація в країні.

**Практичний кейс**

**«Цілі PR»**

Оберіть самостійно 2-3 цілі проведення маркетингових досліджень у сфері PR для конкретного підприємства і окресліть 4-6 завдання для кожної мети.

**Підготувати есе на тему:**

«PR у комунікаційній політиці підприємства»