4 дәріс.

Мақсаты – PR-акциялардың коммуникациялық әдістерін, дәстүрлі және инновациялық талдау құралдарын жүйелеу, жоспарлау, іске асыру, таныстыру және тиімділігін бағалау.

Әдетте, жоба жоспары өзгеріссіз қалады және жобаны жүзеге асыру шамасына қарай ағымдағы жағдайды ескере отырып, тұрақты түзетуге ұшырайды.

Жүзеге асыру. Ресми жоспар бекітілгеннен кейін менеджерге оны жүзеге асыру міндеті жүктеледі. Жобаның жүзеге асырылуына қарай басшылар жұмыс барысын үнемі бақылауға міндетті. Бақылау жұмыстың барысы туралы нақты деректерді жинау және оларды жоспарлы деректермен салыстыру болып табылады. Өкінішке орай, жобаларды басқаруда жоспарлы және нақты көрсеткіштер арасындағы ауытқулар әрдайым орын алатынына сенімді болуға болады. Сондықтан, менеджердің міндеті орындалған жұмыс көлеміндегі ауытқулардың жалпы жобаны іске асыру барысына және тиісті басқарушылық шешімдерді әзірлеуге ықтимал әсерін талдау болып табылады. Мысалы, егер кестеден қалыс қалу ауытқудың қолайлы деңгейінен шығатын болса, белгілі бір сыни міндеттерді орындауды жылдамдату туралы шешім қабылдануы мүмкін.

Аяқтау. Ерте ме, кеш пе, бірақ жобалар аяқталады. Жоба оның алдына қойылған мақсаттарға жеткенде аяқталады. Кейде жобаны кесте бойынша аяқтағанға дейін тоқтату туралы шешім қабылданған жағдайларда, жобаның аяқталуы кенеттен және уақытынан бұрын болады. Жоба аяқталғанда, оның басшысы жобаны аяқтайтын бірқатар іс-шараларды орындауы тиіс. Осы міндеттердің нақты сипаты жобаның сипатына байланысты. Егер жобада жабдық пайдаланылса, оны түгендеуді жүргізу және оны жаңа қолдану үшін беру керек. Жағдайда, мердігерлік жобаларды анықтау керек қанағаттандырады ма нәтижелері мердігерлік шарттары немесе келісім-шарт. Жоба бойынша аралық есептерді Мұрағат түрінде ұйымдастыру қажет болуы мүмкін.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Лерман Заңын Ашыңыз

2. Кромер Заңын сипаттаңыз, Браун ережесі және Марк Твен бақылау

3. Race формуласын PR жаһандық жобалық тәсіл ретінде сипаттаңыз

**Ұсынылатын әдебиет:**

1. Грей К. Ф., Ларсон Э. У. жобаларды Басқару. Болезней. М.:2014

2. Дэвид Мирман Скотт. Маркетинг пен PR жаңа ережелері. М.: Альпина Паблишер. 2015

3. Сазерленд Д. жобаларды басқарудың революциялық әдісі. М. Изд.: Манн, Иванов және Фербер, 2016