

## **Перечень контрольных вопросов для подготовки к зачету по дисциплине**

1. Анализ определений Public Relations (ПР)
2. ПР, маркетинг, реклама и журналистика
3. Развитие ПР в мировом пространстве
4. Особенности современного этапа развития ПР
5. Информационные материалы для СМИ.
6. Проведение пресс–конференции.
7. Презентации, выставки, экскурсии, пресс–туры.
8. Связи с общественностью как процесс. Этапы ПР–деятельности.
9. Теория коммуникаций. Символичность и визуальность коммуникативного пространства.
10. Теория коммуникаций. Событийность и мифологичность коммуникационного пространства
11. Закономерности коммуникативного пространства.
12. Виды коммуникаций и их особенности.
13. Общественное мнение. Понятие, специфические черты.
14. Способы изучения общественного мнения.
15. Формирование общественного мнения. Стереотипы.
16. Имидж и миссия фирмы. Структура имиджа организации.
17. Кризис как ЧП. Превентивные антикризисные меры.
18. Кризис как ЧП. Меры по выходу из кризисной ситуации.
19. Особенности коммуникаций в период кризиса.
20. «Правила «Тайленола» и исключения из них.
21. Кризис как конфликт. Факторы кризисной ситуации.
22. Имидж политического лидера: понятие, свойства, компоненты.
23. Роль СМИ в формировании имиджа политика.
24. Проблемы политических манипуляций. Понятие манипуляции как коммуникативного процесса: манипулятор – жертва.
25. Пресс–служба органов власти. Нормативно–правовые основания деятельности.

26. Методы и приемы манипулирования электоратом. Роль СМИ.
27. Избирательные технологии ПР. Временное планирование кампании.
28. Стратегия и тактика избирательной кампании.
29. Разработка программы. Исследовательская работа в ПР.
30. Разработка программы. Планирование ПР–кампании.
31. Разработка программы. Обеспечение коммуникации.
32. Разработка программы. Оценка эффективности.
33. Спонсоринг и фандрайзинг.
34. Возможности контент–анализа в ПР.
35. Технологии оценки эффективности ПР–деятельности.
36. Ключевые проблемы имиджа органов государственной исполнительной власти.
37. Нормативно–правовое регулирование информационной работы в сфере ГМУ.
38. Основы деятельности государственных пресс–служб.
39. Основные направления деятельности пиар–специалиста на государственной службе.
40. Основы информационной работы в органах государственной исполнительной власти в условиях кризиса.