

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. История становления связей с общественностью (PR).
2. Определение сущности понятия связей с общественностью.
3. PR и пропаганда: подобные черты и отличия.
4. Основные функции, цели и задания связей с общественностью.
5. Виды и инструменты PR -деятельности.
6. Проблемы правового и этического регулирования связей с общественностью в Украине.
7. Специфика использования основных методов PR в бизнесе-деятельности.
8. Формы взаимодействия со средствами массовой информации в коммерческих связках с общественностью.
9. Роль PR в формировании культуры бизнеса.
10. Коммуникационная стратегия организации в условиях кризиса.
11. Виды кризисных ситуаций.
12. Подходы к классификации кризисных ситуаций.
13. Основные характеристики кризиса.
14. Этапы кризиса и проблема управления ситуацией в его условиях.
15. Рекомендации из успешного преодоления кризиса.
16. Использование средств Паблик Рилейшнз в антикризисном управлении.
17. Технологии антикризисной коммуникации.
18. Работа из СМИ в условиях кризиса.
19. Понятие общественности и общественной мысли.
20. Работа с целевой аудиторией в рамках PR.
21. Отношения с потребителями и клиентами.
22. Отношения с инвесторами.
23. Отношения с местной властью.
24. Отношения с занятыми.
25. Современные методы влияния по общественному мнению.
26. Отношения из СМИ в структуре Паблик Рилейшнз.
27. Формы и общие правила взаимодействия со средствами массовой информации в PR -деятельности.
28. Понятие о специальном событии; их признаки и разновидности.
29. Цели организации специальных событий.
30. Методы и формы работы с общественностью в рамках специальных событий.
31. Церемонии открытия.
32. Дни открытых дверей.
33. Презентации.
34. Конференции.
35. Выставки и ярмарки.