

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Особенности технологии и технологизации рекламной деятельности и связей с общественностью
2. Характерные признаки и критерии PR-технологии
3. Разработка этапов PR- технологий
4. Особенности радио, телевидения и печатных СМИ как каналов коммуникации. Сравнительный анализ
5. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: бенчмаркинг
6. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: Life Placement
7. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: сторителлинг
8. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: слухи в PR-кампаниях организаций
9. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: управление толпой как инструмент PR
10. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений
11. Переговорный процесс как коммуникационная технология
12. Элементы модели методологической экспертизы презентаций PR-практик
13. Системное описание модели PR-технологии
14. Психологические аспекты использования визуальных форм в связях с общественностью
15. Психологические аспекты использования вербальных форм в связях с общественностью
16. PR как способ повышения инвестиционной привлекательности
17. Раскрытие информации о компании, как инструмент пиарщика
18. Экономические кампании как инструмент пиара
19. Акценты в работе с финансовой (инвестиционной) информацией
20. Понятие и особенности социальных PR-технологий
21. Социальные кампании как инструмент пиара
22. Спонсорство: преимущества; основания для выделения средств
23. Благотворительность: особенность, стратегии. Современные благотворительные организации
24. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий как PR- технология
25. PR-технологии в социальной сфере: долгосрочные социальные программы
26. Фандрайзинг: как мотивировать спонсора; подготовка документов и моделей
27. Переговоры с потенциальным спонсором. Спонсорский пакет.
28. Особенности PR-технологий на информационном рынке, этапы взаимодействия с аудиторией
29. Модели интернет- присутствия.
30. Контекстная реклама
31. PR-технологии и реклама на форумах, досках объявлений, в чатах
32. Практика PR-кампаний в сети Интернет
33. Социальные сети как инструмент PR
34. Вирусный маркетинг в Интернете
35. E-mail маркетинг
36. Проблема и методология оценки эффективности рекламных и PRкампаний в сети Интернет.

37. Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью
38. PR в туризме. Специфика PR в сфере VIP-туризма
39. Осуществление PR деятельности в гостиничном бизнесе
40. Особенности PR-технологий в сфере производства, торговли, услуг
41. Специфика PR-деятельности в отраслях производства
42. Специфика PR-деятельности в сфере услуг