

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Дайте определение понятия «медиарилейшинз».
2. Функции медиарилейшинз.
3. Цели медиарилейшинз.
4. Методы медиарилейшинз.
5. Охарактеризуйте основные типы современных СМИ.
6. Дайте определение понятия «общественное мнение». Перечислите основные методы его изучения.
7. Объясните разницу между воздействием на общественное мнение и манипуляцией.
8. Разграничьте понятия «общественное мнение» и «общественное сознание», «идеология».
9. Расшифруйте аббревиатуры СМИ и СМК.
10. Охарактеризуйте систему современных СМИ.
11. Опишите феномен воздействия СМИ на массовое сознание.
12. Перечислите традиционные СМИ и новые медиа.
13. Фактор «гражданской журналистики» и перспективность взаимодействия с ней.
14. В чем суть процесса конвергенции современной журналистики? В чем его преимущество для PR-специалистов?
15. PR и журналистика: общее и разница в задачах и методах работы.
16. PR-специалисты и журналисты – соратники или соперники?
17. Особенности корпоративных СМИ.
18. Каковы особенности работы PR-специалистов с новыми медиа.
19. Дайте определение понятия «корпоративный менеджмент».
20. Дайте определение понятия «корпоративный имидж».
21. Дайте определение понятия «корпоративная культура».
22. Перечислите функции управления коммуникацией.
23. Какие законы регламентируют взаимодействие СМИ и служб по связям с ними?
24. Какова процедура доступа граждан и СМИ к информации о деятельности организаций?
25. Цели и виды аккредитации журналистов при организации. Процедура ее получения.
26. Опишите типовую структуру организации службы по связям со СМИ и ее место в организации.
27. Назовите виды информационных поводов.
28. Что такое новость? Какие критерии добавляют ей «веса» в глазах журналистов?
29. Какова функция внутреннего информационного регламента?
30. Правила подготовки и проведения информационной кампании.
31. Особенности взаимодействия со СМИ в период кризиса.
32. Практика борьбы со слухами.
33. Правила прогнозирования и профилактики кризисов.
34. Работа PR-специалистов в условиях информационной войны.
35. Спонсорство и социальная ответственность бизнеса как форма укрепления репутации организации.
36. Перечислите основные антикризисные стратегии.
37. Методы восстановления репутации после кризиса.
38. Перечислите функции и задачи медиаменеджера.
39. Виды мероприятий для СМИ.
40. Правила подготовки и проведения пресс-конференции. Особенности подготовки спикеров.
41. Какие аналитические функции выполняет служба по связям со СМИ?

42. Какие креативные функции выполняет служба по связям со СМИ?
43. Какие организационные функции выполняет служба по связям со СМИ?
44. Назовите и охарактеризуйте основные виды pr-текстов, которые готовят для СМИ.
45. Что такое репутационный менеджмент?
46. Что такое публичный капитал?
47. Перечислите основные принципы информационной политики организации.
48. Назовите основные разделы информационной политики.
49. Что такое медиакарта? Составьте медиакарту своего города.
50. Основные принципы медиапланирования.
51. Каковы принципы выстраивания информационной стратегии организации?