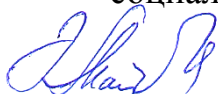


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный технический университет»
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий каф. Социологии
социальных технологий

 Э.Ю. Майкова
« 29 » 03 2019 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Промежуточной аттестации: зачет
Связи с общественностью

Направление подготовки бакалавров 39.03.01 Социология
Направленность (Профиль) – Общая социология
Типы задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский

Разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины Связи с
общественностью

Утвержденной ___ 26 ___ 03 ___ 20 ___ 19 ___ г.

Разработчик  И.Н. Алешина

Тверь 2019

Список вопросов по дисциплине:

Вопросы для проверки уровня «ЗНАТЬ»

1. PR: определение, принципы, функции
2. Модели политической коммуникации. Задачи политического PR
3. Функции PR-служб в органах власти
4. Имидж как явление массового сознания. Основные характеристики.
5. Алгоритм формирования имиджа
6. Персональный имидж
7. Влияние системы PR на успешную деятельность организаций.
8. Внутрикorporативный PR
9. СМИ как канал PR-коммуникации.
10. Пресс-релиз, пресс-конференция, брифинг
11. PR-материалы для прессы
12. Функции пресс-службы и пресс-секретаря в органах власти
13. Внутрикorporативный PR
14. Методы PR-работы в политике.
15. Роль стереотипов при формировании имиджа.
16. Понятие «информация». Роль информации в обществе.
17. Создание новостей. Ньюсмейкерство.
18. Информационные войны.
19. Отличие PR от других наук.
20. Понятие информационного общества.
21. Этические нормы PR-работы.
22. Формирование концепции избирательной кампании.
23. Основные каналы коммуникаций в PR. Характеристики
24. PR в современной России, особенности.
25. Имидж и репутация. Функции имиджа. Цели и задачи формирования имиджа.
26. Имидж как явление массового сознания.

Вопросы для проверки уровня «УМЕТЬ»

27. Особенности работы со СМИ в чрезвычайных ситуациях.
28. Организация спецмероприятий PR.
29. Роль внутренней общественности в кризисных ситуациях.
30. Медиация как направление деятельности в PR.
31. Регулирование группового процесса. Фасилитация.
32. Уровни PR. Особенности российского PR..
33. Лоббирование как форма PR-деятельности. Функции,
34. Имидж организации: составляющие, элементы и функции.
35. Модели развития PR: характеристика.

36. Понятие социальной ответственности как атрибут современной философии PR.
37. Спонсорство и благотворительность. Основные характеристики и различия.
38. Причины благотворительности. Фандрайзинг.
39. Проведение избирательных кампаний. Этапы и стратегии.
40. Целевая аудитория PR: критерии сегментирования и основные характеристики групп
41. Формы работы с журналистами. Media Relations.
42. Роль PR в кризисных ситуациях: задачи и направления деятельности.
43. Методы изучения общественного мнения в PR.
44. Рекламные и PR-средства избирательной кампании