**ПЕРЕЛІК ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ЗАЛІКУ**

1. Поняття «прес-служба».
2. Різновиди інформаційних служб та їх характеристика.
3. Види, типи, основні підрозділи, специфіка та напрямки роботи.
4. Завдання, функції прес-служб та їх інформаційних підрозділів (прес-центр, прес-бюро, прес-клуби).
5. Прес-центр. Загальна характеристика, приклади.
6. Прес-бюро. Призначення й особливості роботи. Приклади.
7. Прес-клуб: загальна характеристика та приклади.
8. Фахівці у прес-службі (загальна характеристика).
9. Призначення і головні завдання та посадові обов’язки прес-секретаря.
10. Основні функції прес-служби.
11. Акредитація журналістів. Різновиди та призначення
12. Роль прес-служби у створенні та підтримки позитивного інформаційно-емоційного образу організації чи комерційної структури.
13. Структура ПР-підрозділу комерційної структури.
14. Головні завдання державних прес-служб.
15. Специфіка роботи недержавних прес-служб.
16. Призначення і головні завдання та табу для прес-секретаря.
17. Різновиди контактування із громадськістю.
18. Найважливіші інформаційні контакти прес-секретаря
19. Звернення. Визначення, характеристика, приклад.
20. Прес-конференція. Визначення, характеристика, приклад.
21. Брифінг, конференція. Визначення, характеристика, приклад.
22. Презентація, призначення та особливості проведення.
23. Прес-тур, клубний вечір. Характеристика.
24. Використання електроних ЗМІ у зв’зках з громадськістю.
25. Опишить основні етапи підготовки прес-релізу.
26. Типові положення прес-служб запорізьких органів влади з точки зору напрямків діяльності, функцій та структури.
27. Регіональні та запорізькі прес-служби, структура та напрямки роботи.
28. Інформаційні служби облдержадміністрації, ПДА, мерії, ЗНУ, банку «МЕТАбанку», ЗАТ «Мотор-Січ» або інших, загальна характеристика.
29. Написання та розповсюдження повідомлень та інформаційних листів.
30. Підготовка та складання інформаційного пакету для прес–конференцій.
31. Проведення прес–конференцій, специфічні особливості та технологія.
32. Основні етапи підготовки та проведення брифінгів.
33. Головні тези книги В.Викентьєва щодо основних цілей Public Relation.
34. «Інформаційне агентство». Різні підходи у тлумаченні цього поняття.
35. Історія, сучасний стан розвитку інформаційного ринку в Україні.
36. Специфіка та напрямки роботи інформагентств. Функції та технічні можливості.
37. Структурні особливості та штат інформагенцій.
38. Сфера та види послуг й продуктів, клієнти. Контактні адреси.
39. УНІАН. Характеристика інформаційного спрямування. Рубрики, частота поновлення та обсяг інформаційних матеріалів.
40. «Укрінформ». Характеристика інформаційного спрямування. Рубрики, частота поновлення та обсяг інформаційних матеріалів.
41. «Інтерфакс-Україна». Характеристика інформаційного спрямування. Рубрики, частота поновлення та обсяг інформаційних матеріалів.
42. «УНН». Характеристика інформаційного спрямування. Рубрики, частота поновлення та обсяг інформаційних матеріалів.
43. «Українські новини». Характеристика інформаційного спрямування. Рубрики, частота поновлення та обсяг інформаційних матеріалів.
44. Інші інформагенції на інформаційному просторі України. Їх пецифіка..
45. Функціонування найбільших світових інформаційних агентств
46. Інформаційне агентство Reuters.
47. Інформаційне агентство Аssоciated Press. Інші американські агенції.
48. Інформаційне агентство Аgence France-Press.
49. Інформаційне агентство DPA.
50. Інформаційне агентство ЧТК або СТК (Чехія).
51. Інформаційне агентство LETA (Латвія).
52. Інформаційне агентство ELTA (Литва).
53. Інформаційне агентство МТІ (Угорщина).
54. Інформаційне агентство БЕЛТА (Білорусь).
55. Інформаційні агентства Росії, загальна характеристика.
56. Інформаційне агентство MOLDPRES. Інші агенції Молдови.
57. Інформаційне агентство ROMPRES (Румунія).
58. Інформаційне агентство SТА (Словенія).
59. Інформаційне агентство ПАП (Польша).
60. Інформаційне агентство TANJUG (Сербія).
61. Інформаційне агентство BETA (Сербія).
62. Інформаційне агентство БТА (Болгарія).
63. Інформаційне агентство AA (Туреччина).
64. Інформаційне агентство ANA (Греція).
65. Інші інформагенці на світовому ринку.
66. Роль іноземних агенцій на глобальному інформаційному ринку.
67. Специфіка роботи провідних агентств на світовому комунікаційному ринку:
68. Інформаційні агентства Індії.
69. Індонезійське інформаційне агентство АНТАРА.
70. Інформаційні агентства Італії.
71. Інформаційне агентство Малайзії. БЕРНАМА – загальна характеристика.
72. Інформаційне агентство Монголії (Montsame – Монтсаме).
73. Македонське інформаційне агентство (MIA).
74. Південно-корейське інформаційне агентство Yonhap (Ренхап ).
75. Інформаційне агентство UPI (США).
76. Інформаційне агентство ІРНА (Іран).
77. Інформаційне агентство «Asia-Plus» (Таджикистан).
78. Інформаційне агентство Киргизстану. Загальна характеристика.
79. Інформаційне агентство ATA (Албанія).
80. Інформаційне агентство AZERTAJ (Азейбарджан).
81. Інформаційне агентство BTA (Болгарія).
82. Інформаційне агентство ARMENPRESS (Вірменія).
83. Інформаційне агентство CAUCASUSPRESS. Інші агенції Грузії.
84. Хорватія. Інформаційне агентство HINA (ХІНА).
85. Інформаційне агентство Сіньхуа (Китай).
86. Інформаційне агентство Кіодо Цусин (Японія).
87. Сирійське арабське інформаційне агентство (САНА).
88. Принципи та основні напрямки діяльності зазначених інформаційних агентств.
89. Bloomberg, загальна характеристика.
90. Допоміжні структурні підрозділи провідних світових інформаційних агентств: Reuters Television (RTV), загальна характеристика.
91. Аssоciated Press Television News (APTN), загальна характеристика.
92. Інформаційні агентства Kyodo, загальна характеристика.
93. Інформаційні агентства Росії, загальна характеристика.
94. Світові газети з власними інформаційними службами: Times, Financial Times, загальна характеристика.
95. Le Mode і Washington Post, загальна характеристика.
96. Wall Street Journal, загальна характеристика.
97. Інформаційні служби телевізійних систем мовлення (CNN, BBC, ABC).
98. Фінансові інформагентства: Dow Jon, Bloomberg, загальна характеристика.
99. European Business News, Commodity News Service. Загальна характеристика.
100. Поняття ,,Медіа конгломерати”. Їх роль на світовому комунікаційному ринку.
101. Робота AOL-Time Warner, ViaCom, News Corporation, загальна характеристика.
102. Walt Disney, Bertelsmann, загальна характеристика.
103. Місце і роль вітчизняних інформаційних агентств у світовому інформаційному просторі. Світові контакти та співпраця.
104. Закордонні інформаційні агентства та їх продукція на теле-,радіо- та прес-ринкові України.
105. Сучасні державні програми та законодавчі акти щодо розвитку державних онлайнових видань.
106. Роль інформаційних агентств у формуванні суспільної свідомості та політичної грамотності громадськості.