ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Історичні передумови виникнення та становлення політичного PR.
2. Суб’єкти та об’єкти політичного PR.
3. Політичний PR в ХХ – ХХІ ст.: новітні інформаційні концепції.
4. Структура за завдання підрозділів у зв’язках із громадськістю державних органів влади.
5. Виборчі технології.
6. Основні етапи виборчого маркетингу.
7. Види PR – досліджень.
8. Основні погляди філософів на типи політиків.
9. Види опитувань.
10. Невербальні форми комунікації.
11. Екзит-поли: історія появи та роль у виборчих процесах.
12. Політичний PR в часи СРСР: від агітаторів до інструкторів.
13. Реформування політичного PR-ринку в пострадянські часи.
14. Роль візуалізації в комунікативних процесах.
15. Особливості PR - реагування в кризових умовах.
16. В чому полягає різниця між державним та політичним управлінням?
17. Дайте характеристику сучасного етапу партійного будівництва в Україні з позиції політичного менеджменту.
18. Витоки PR-консультування.
19. Які практичні рекомендації до написання промов.
20. Назвіть прийоми публічних промов.
21. Етика PR-консультантів.
22. Американський та європейський (французький) підходи до політичного PR-консалтингу.
23. Класифікація політичних систем.
24. Політичний PR в контексті політичних систем.
25. Особливості PR діяльності в провідних політичних системах.
26. Визначення та сутність політичного медійного менеджменту.
27. Політична кампанія: види та особливості проведення
28. Зв’язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту.
29. Маніпулятивні технології PR, способи ідентифікації та протидії.
30. Політичний лоббізм: витоки та особливості функціонування.
31. Політична медійна компанія.
32. Види деструктивних технологій у ЗМІ.
33. Методи створення політичного іміджу.
34. Що таке ескейпізм? Які його форми?
35. Комунікаційні процеси при формуванні іміджу.
36. Особливості висвітлення політичної тематики у вітчизняних суспільно-політичних ЗМІ.
37. Медійні методи як чинник формування громадської думки.
38. Інтернет-технології в політичному менеджменті.
39. Психологія політичного PR.
40. Правове регулювання виборчих процесів.
41. Виборчі технології напередодні виборчої кампанії, під час та після її проведення.
42. Медійні ефекти: прайминг та фреминг.
43. Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR.
44. Сучасний український інфотейтмент.
45. Партійні ЗМІ: роль та місце у формуванні ідеології.
46. Виборчий штаб: склад, функції.
47. Організаційні функції штабних підрозділів.
48. Агітаційна кампанія, особливості.
49. Вибори та пост виборчий процес.
50. Особливості ведення виборів.
51. Дебати як складова частина політичного дискурсу.
52. Розкриття інформації про політика.
53. SMM-технології в політичному PR.
54. Гендерний чинник в політичному PR.