**Перелік питань, що виносяться на підсумковий модульний контроль**

**ПМК – 2**

1. Основні організаційні форми діяльності системи зв’язків з громадськістю. Власна служба PR.
2. Місце служби зв’язків з громадськістю у внутрішньофірмовій ієрархії. Консультативна, змішана та індивідуальна форми роботи системи зв’язків з громадськістю.
3. Планування, організація та здійснення зв’язків з громадськістю.
4. Дослідження в системі зв’язків з громадськістю. Соціологічні дослідження в системі зв’язків з громадськістю.
5. Інформація в системі зв’язків з громадськістю. Методи та види досліджень у галузі PR. Основні напрямки дослідницької діяльності служб PR.
6. Поняття «вербальні комунікації». Практичне значення вербальних комунікацій в системі зв’язків з громадськістю та їх основні функції.
7. Публічні виступи як важливий засіб комунікації з громадськістю. Комунікації з використанням письмової мови.
8. Взаємозв’язок вербальних та невербальних комунікацій в комунікаційному процесі. Оптико-кінетичні комунікації.
9. Фонаційні та графічні засоби невербальної комунікації.
10. Ситуативні змінні невербальної комунікації.
11. Емоційні компоненти інформаційного впливу: загальна характеристика.
12. Характеристика чуток як засобу інформації. Види чуток. Позитивний і негативний вплив чуток на споживача.
13. Система основних завдань PR в економічній сфері.
14. Основні етапи та правила здійснення PR-акції: позиціонування, підвищення іміджу, зниження іміджу конкурентів.
15. Контрреклама: відтворення втраченого позитивного іміджу. Основні засоби контрреклами.
16. Загальна характеристика PR-кампанії як системи PR-акцій. Етапи PR-кампанії.
17. Прихована та відкрита реклама: сутність, функції.
18. Роль екологічної проблематики у прихованій рекламі нового товару.
19. Роль ЗМІ в розв’язанні завдань PR. Перевага телебачення та аудіовізуальної інформації.
20. Лобіювання як прийом і напрям PR-діяльності.
21. Внутрішній і зовнішній PR. Стан, основні проблеми та напрями розвитку PR-діяльності в Україні.
22. Етичний аспект PR. Соціальна та юридична відповідальність у PR. 69. Фахові вимоги до спеціалістів зі зв’язків з громадськістю. Методика оцінювання ефективності рекламної кампанії.
23. Методика оцінювання ефективності PR-кампанії. Потреби як основний фактор економічної поведінки.
24. Виставкова діяльність: особливість і засоби реалізації.
25. Загальна характеристика правових умов PR-діяльності в Україні.
26. Маркетингові стратегії в PR. PR: визначення, функції, категорії. Засоби маркетингових комунікацій: PR, реклама, продажі.
27. Вербальні та невербальні комунікації в PR. Масові комунікації і ЗМІ. 75. Інтернет у системі PR.
28. Службові обов’язки прес-секретаря. Правила проведення пресконференцій. Написання прес-релізів.
29. Засоби внутрішньоорганізаційних комунікацій.
30. Відносини з державою та місцевою громадськістю.
31. Інвестиційний PR: загальна характеристика.
32. Фінансовий PR і фінансове середовище.
33. Паблісіті, імідж у PR. Організація спеціальних подій.
34. Управління кризами в PR.
35. . Фандрайзинг у системі PR. 6. Рекомендована лі