# ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке “паблік рілейшнз”?
2. Чому, на ваш погляд, існує так багато визначень PR?
3. Проаналізуйте принципи PR.
4. Яке значення мають зв'язки з громадськістю в умовах ринкової економіки?
5. Назвіть основні принципи комунікативної політики.
6. Сформулюйте функції зв'язків із громадськістю.
7. Приведіть приклади зв'язків із громадськістю в українській історії.
8. Які соціально-економічні проблеми сприяли формуванню PR як професії?
9. За якими напрямками розвивався PR у ХІХ ст.?
10. Чи достатня правова підстава діяльності по зв'язках із громадськістю в Україні? Обґрунтуйте.
11. Охарактеризуйте основні групи громадськості. Яке значення має сегментована аудиторія для зв'язків із громадськістю?
12. Якими особистісними якостями повинен володіти PR-фахівець і чому?
13. Охарактеризуйте основний інструментарій зв'язків із громадськістю.
14. Які особливості друкованих ЗМІ сприяють здійсненню PR-діяльності?
15. Яка специфіка співробітництва PR-компаній з електронними ЗМІ?
16. Охарактеризуйте форми підрозділів, що виконують інформаційно-комунікативні функції.
17. У чому полягають обов'язки прес-секретаря?
18. Проаналізуйте функції прес-служби.
19. Які основні задачі виконують PR-документи?
20. Які основні принципи тактики поширення PR-повідомлень?
21. Назвіть три умови підготовки ефективного прес-релізу.
22. З яких частин складається інформаційний лист?
23. У чому особливості фактичної довідки як PR-документа?
24. У яких випадках використовується такий документ, як біографія?
25. Коли робиться заява для преси?
26. У чому специфіка прес-киту?
27. Проаналізуйте різні види інтерв'ю.
28. Проаналізуйте варіанти оцінки ефективності PR.
29. Що таке «імідж»?
30. Які показники іміджу фірми?
31. Охарактеризуйте компоненти фірмового стилю як елемента іміджу.
32. У чому значення торговельної марки?
33. Які задачі PR-кампанії в іміджмейкерстві?
34. Проаналізуйте закономірності формування позитивного іміджу.
35. Яке головне призначення іміджмейкерства?
36. Назвіть мети PR-заходів у іміджмейкінгу.
37. Назвіть основні методи формування образа.
38. Згадайте основні «кроки» по розкручуванню нового бренда.
39. Проаналізуйте специфічні прийоми роботи піарщиків із пресою.
40. Як організуються прес-конференції?
41. Які цілі ставляться організаторами презентацій?
42. Що включає поняття «благодійність»?
43. Назвіть основні типи спонсорства.
44. Що таке лобізм?
45. У чому особливості вітчизняного лобізму?
46. Назвіть основні типи кризових ситуацій.
47. Що собою представляють елементи кризового управління?
48. Дайте оцінку кожному пунктові плану дій у кризовій ситуації.
49. З яких заходів складається план виборчої кампанії?
50. Порівняйте політичні кампанії в Україні до і після «жовтогарячої революції».
51. Які кроки необхідно зробити, щоб підняти рейтинг політика?
52. Охарактеризуйте компоненти моделі іміджу політичної партії.
53. Назвіть основні види символів, які використовуються у політичній діяльності.
54. Дайте визначення зв'язків із громадськістю в зовнішньополітичній сфері.
55. Охарактеризуйте ключові проблеми зовнішньополітичного PR. 56.Назвіть напрямки діяльності в галузі зовнішньополітичного PR.
56. Які найбільш розповсюджені помилки в сфері зовнішньополітичного

PR?

1. Які кроки в державному брендінгу варто зробити Україні?
2. Наведіть приклади вдалого державного брендінгу та ребрендінгу.
3. Що таке стереотипи у міжнародних відносинах та як вони впливають на

зовнішню політику держави?