

Основы рекламы и публичных отношений в средствах массовой информации

Вопросы к зачету:

1. Соотношение PR и рекламы.
2. Понятие общественности в PR.
3. Принципы выделения и описания целевых аудиторий.
4. Модели связей с общественностью.
5. Взаимодействие государственных PR-структур со СМИ.
6. Модели связей с общественностью в государственном секторе.
7. Государственный PR. (цель, задачи)
8. Способы взаимодействия с населением в государственном PR.
9. Отличия в PR - структурах государственного и бизнес управления.
10. Формы подачи новостной информации.
11. Фирменный стиль организации в контексте деятельности PR-специалиста.
12. PR в финансовой сфере.
13. PR - технологии и политическая реклама на выборах.
14. Новостные PR - мероприятия.
15. Системно-функциональный подход к организации отдела рекламы и PR.
16. Типология и виды рекламных и PR-агентств.
17. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение.
18. Формы PR-структур: функции, место в структуре организации.
19. Основные направления и сферы деятельности PR.
20. Роль PR и рекламы в современном мире.