Вопросы по дисциплине «Управление общественными отношениями»

1. Возникновение и развитие PR (паблик рилейшинз).
2. PR: основные понятия и определения .
3. Назначение и философия PR.
4. Сфера деятельности PR.
5. Функции специалиста по PR.
6. PR и реклама.
7. PR и пропаганда.
8. PR в системе маркетинга.
9. PR в системе менеджмента.
10. PR и паблисити.
11. Типовое PR-агентство: организационные формы управления и примерная схема построения.
12. Специфика PR-агентств в коммерческой, негосударственной и иных сферах.
13. Крупнейшие PR-агентства в России и за рубежом: сходства и отличия.
14. История, структура и тенденции эволюции отечественных PR-агентств.
15. Организация и проведение PR–кампаний.
16. Управление проектами в области профессиональной деятельности.
17. Понятие информационного поля. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды информирования.
18. Реклама как фактор экономической, политической и культурной жизни общества. Функции рекламы на разных этапах истории общественной жизни.
19. Реклама как форма массовой коммуникации.
20. Организация работы отдела по связям с общественностью. Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия.
21. Функциональный принцип построения отдела. Организация и планирование работы PR-отдела.
22. Типовая структура отдела по связям с общественностью.
23. Связи с общественностью в системе управления организации: сущность, содержание, основные принципы и функции менеджмента. Процесс принятия управленческого решения.
24. Организация и социальная среда. Теория организации и управления персоналом.
25. Связи с общественностью как способ гармонизации отношений организации и социума. Престиж как элемент формирования организации в обществе. Мероприятия по поддержанию и корректировке престижа.
26. Модели управления персоналом.
27. Корпоративная культура и имидж организации.
28. PR-службы в профессиональном выборе и отборе персонала управления.
29. Общая характеристика современных российских пресс-служб.
30. Структура и функции пресс-служб в государственных учреждениях, коммерческих структурах и общественно-политических организациях.
31. Пресс-центр, его структура и функции.
32. Формы и методы работы пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.
33. Различия и сходства в работе PR-специалиста и пресс-секретаря.
34. Пресс-секретарь: функции, индивидуальный стиль, эффективность работы.
35. Пресс-служба администрации Президента России.
36. Связи с общественностью в системе государственной службы.
37. Российская модель организации государственной власти: конституционное закрепление и политическая практика.
38. Взаимодействие с общественностью как условие демократичности и эффективности государственной службы. Политическая культура и участие граждан в управлении.
39. Цели, функции, институты государственных PR-служб.
40. Связи с электоратом: характер, виды и формы, технологии. Отделы писем (обращений) в органы государственной власти. Организация взаимодействия госслужб со средствами массовой информации.
41. Информационная политика органов государственной власти и управления.
42. Аналитика и экспертиза в работе госслужбы.
43. Координация PR-отдела с другими структурами госслужбы.
44. Критерии эффективности связей с общественностью в системе государственной службы.