

Вопросы для промежуточной аттестации

1. Связи с общественностью и их роль в современном мире.
2. Имиджевые технологии (черный, белый и серый PR) в деятельности органов внутренних дел.
3. Понятие общественность в практике деятельности по связям с общественностью.
4. Имиджевый и репутационный аспект в работе по связям с общественностью.
5. Общественность в сфере PR. Виды общественности и особенности взаимодействия.
6. Планирование программ по связям с общественностью.
7. Процесс социальной коммуникации: структура, содержание, аудитория.
8. Структурные компоненты имиджа организации.
9. Типология, структура и функции структурных подразделений органов внутренних дел по связям с общественностью.
10. Понятие и особенности медиапланирования и медиавоздействия.
11. Модели коммуникационного процесса (Модель Шеннона-Уивера, модель М. де Флер, циркулярная модель коммуникации Шрамма-Осгуда, модель Лассуэлла).
12. Речевой имидж: ораторское мастерство, спичрайтинг, технологии полемического общения.
13. PR и пропаганда. Сходство и различия.
14. Репутационный менеджмент. PR-технологии в формировании репутации.
15. Понятие паблисити. Ее роль в PR-деятельности.
16. Корпоративный стиль, дресс-код, брендбук, и другие фирменные стандарты. Требования, предъявляемые к их разработке и соблюдению.
17. Роль и функции службы по связям с общественностью в структуре государственных органов.
18. Брендинг и PR-технологии.
19. Массовая информация как вид информации, подходы к изучению.
20. Имидж организации. Фирменный стиль организации как средство создания и поддержания позитивного имиджа
21. Системные характеристики СМИ.
22. Медиаизмерения в печатных СМИ, ТВ, радио, интернет ресурсов
23. Современное состояние массовой информации в Республике Беларусь и тенденции развития СМИ.
24. Специфика сети Интернет как канала коммуникации. Требования к материалам, размещаемым в сети Интернет
25. Информационное воздействие ОВД на население Проблемы освещения деятельности ОВД на телевидении и в СМИ.
26. Типология, структура и функции структурных подразделений органов внутренних дел по связям с общественностью.
27. Методики оценки эффективности PR-деятельности.
28. Поведенческая компонента имиджа. Подготовка руководителя ОВД к участию в пресс-конференциях, ток-шоу, теледебатах, протокольных и светских мероприятиях.
29. Принципы регулирования деятельности СМИ: правовое и этическое.

30. Специфика телевидения как канала коммуникации. Требования к материалам, размещаемым на телевидении.

31. Система права СМИ в Республике Беларусь. Правовые основы организации деятельности редакции СМИ.

32. Инструменты формирования и управления имиджем организации: метафоры, корпоративные мифы и ритуалы

33. Вербальные коммуникации: публичные выступления.

34. Эффективность рекламы: проблемы измерения и определения

35. Общественное мнение как объект PR-деятельности.

36. Технология легендирования в современном имиджмейкинге.

37. Невербальные коммуникации: проксемика, ориентация, жест.

38. Использование инновационных технологий в формировании имиджа и репутации органов внутренних дел.

39. Кризисы и слухи, стереотипы и мифы в PR.

40. PR в Интернете. Интернет форумы как технология PR.

41. Медиарилейшнз. Отношения со СМИ.

42. Информационные войны.

43. Организация работы пресс-службы. Функции ответственного за связь с прессой.

44. Оценка эффективности взаимодействия со СМИ.

45. Технология создания информационных материалов для прессы

46. Организация работы редакции корпоративных (ведомственных) СМИ.

47. Особенности современного PR-текста. Технология составления пресс-релиза.

48. Разработка и выпуск корпоративных (ведомственных) изданий, их цели и задачи.

49. Мероприятия для журналистов и с участием журналистов. Технология продуцирования информационных поводов.

50. Брифинги. Интервью. Подготовка и проведение презентаций. Юбилеи. Выставочная деятельность.

51. Медиапланирование.

52. Подготовка и проведение пресс-конференции.

53. Медиаизмерения в печатных СМИ, ТВ, радио, интернет ресурсов.

54. Специфика и компоненты персонального имиджа руководителя ОВД.

55. Системы медиаизмерений и возможности их использования.

56. Вербальные и невербальные коммуникации в деятельности по связям с общественностью.

57. Своя общественность: сущность, признаки и подходы к определению.

58. Методики оценки эффективности PR-деятельности.

59. Организация работы пресс-службы. Функции ответственного за связь с прессой.

60. Основные требования, предъявляемые к публикациям в СМИ.