

Вопросы к зачету: «**Организация и проведение PR-кампании**» для студентов всех форм обучения

1. Модели стратегического управления и PR.
2. Стратегия публичных отношений в контексте менеджмента.
3. Стратегия публичных отношений как интегрированная коммуникация.
4. Дайте определение понятиям «PR-кампания», «PR-операция», «PR-деятельность»
5. Дайте определения понятиям «базисный субъект PR», «технологический субъект PR», «Объект PR».
6. Основные характеристики PR-кампаний.
7. Приведите известные вам типологии PR-кампаний.
8. В чем состоит задача аналитического этапа PR-кампании? На какие фазы распадается этот этап?
9. Какие существуют требования к постановке проблемы?
10. В каких направлениях можно вести поиск возможностей?
11. Какие виды исследований применяются в PR-кампаниях?
12. Перечислите и кратко охарактеризуйте методы анализа, применяемые в PR-кампаниях
13. Виды интервью.
14. Фокус-группы.
15. Анализ документов, его разновидности.
16. Исследования для оценки эффективности PR-кампании.
17. Фаза планирования, ее задачи. На какие фазы (этапы) распадается фаза планирования?
18. Перечислите виды планирования, используемые в PR-кампаниях.
19. Медиапланирование.
20. Реализация PR-кампании. Особенности этапа, его составляющие.
21. По какой модели строится коммуникация с целевой аудиторией на этапе реализации?
22. Принципы проведения PR-мероприятий (четыре «P» и «F»).
23. Включение мероприятия в PR-кампанию (требования).
24. Перечислите виды PR-мероприятий, их особенности.
25. Как проводится оценка эффективности PR-кампании?
26. Функции менеджера по работе с клиентами.
27. Понятие информационного поля.
28. Сценография информационных поводов.
29. Порядок организации и распределения основных информационных потоков.
30. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
31. Базы данных, их источники и способы формирования. Особенности проведения информационных кампаний в регионах.