5. Питання до заліку

1 . Поняття «PR- концепція » та її складові.

2 . Місія та бачення в PR-плануванні.

3 . Постановка SMART-цілей у PR- плануванні.

4 . Структура PR-стратегії.

5 . SWOT-аналіз у PR-плануванні.

6 . Моделі PR-планування: RACE, ROPE, FPCE.

7. Опишіть комунікативні технології орієнтовані на (1) збільшення впізнаваності, (2) медіа, (3) емоційні, когнітивні та бізнес-комунікації, (4) соціально - громадські потреби ЦА.

8 . Фірмовий (корпоративний) стиль, брендбук та кайт- гайд.

9. Завдання, цільові групи, комунікаційні інструменти внутрішньої PR- діяльності

10. Елементами якого PR-документа постають рамкові реквізити, конгратулятив, констатуюча частина. Розкрийте їх призначення у документі.

11. Правила сторітелінгу.

12. Інфографіка в PR- діяльності. Принципи створення інфографіки Андрія Скворцова.

13 . Щорічні збори та річний звіт.

14 . Презентація як представлення матеріалізованої інформації.

15 . Практика Media Relations : 12 напрямків діяльності.

16 . Основні аналітичні матеріали в MR.

17 . Новинарні концепції в PR- діяльності.

18 . Прес-конференція: основні учасники , планування, прес- кліппінг .

19 . Прес -реліз: правила написання та види.

20 . Матеріали для поширення в процесі організації та проведення новинарних подій.

21 . Види публікацій у ЗМІ.

22 . PR у надзвичайних ситуаціях : правило Талейнола , комунікаційні технології формування версій.

23 . Публічні виступи: структура, залучення та утримання уваги , «правило велосипедиста».

24 . PR в Інтернеті: веб-презенс і контент-менеджмент.

25 . Концепція event . Логістика івентів . Кейтерінг.

26 . Спонсорство: види , вигоди та сфери.

27 . Завдання фандрайзингу .

28 . Донори, грантоотримувачі та бенефіціарії у фандрайзингу .

29 . Комунікативні аспекти фандрайзингу .

30 . Основні стадії фандрайзингу .