**Вопросы по дисциплине «Связи с общественностью в органах власти»**

Каждый студент выбирает себе по одному вопросу и готовит по нему доклад в размере 3-5 страниц. В докладе должны быть отражены основные аспекты вопроса. Доклады распределяются либо по номеру зачетных книжек, либо по желанию студентов (главное, чтобы темы не повторялись, и не было ситуации, чтобы 2 и более студентов готовят доклад на 1 тему)

1. Виды и формы связей с общественностью.
2. Цели, функции, институты PR.
3. Правовые и этические проблемы взаимодействия государственных органов с общественностью.
4. Организация информационных служб органов государственной власти и местного самоуправления.
5. Позиционирование PR-объекта.
6. Основные принципы формирования имиджа.
7. Принцип обратной связи. Организация деятельности приёмных и отделов жалоб и обращений граждан.
8. Функции, задачи и порядок работы пресс-центра.
9. Пресс-секретарь – функции, индивидуальный стиль, эффективность работы.
10. Технология подготовки пресс-релизов.
11. Методика проведения посещений объектов.
12. Методика проведения пресс-конференций и брифингов.
13. Особенности отношений с электронными средствами массовой информации и электронной средой (ведение интернет-блогов и т.д.)
14. Политическая реклама: сущность, формы и методы деятельности.
15. Координация действий органов PR. Стратегия PR-кампании.
16. Координация совместных действий служб PR и органов государственной власти и местного самоуправления.
17. Деятельность PR в период массовых политических кампаний.
18. Управление общественными отношениями в органах государственной власти регионального уровня. Особенности работы.
19. Управление общественными отношениями в органах местного самоуправления.
20. Эффективность PR в системе государственной службы.
21. PR-проект и его сопровождение. PR планирование избирательных кампаний.
22. В чем заключаются сильные и слабые стороны использования в PR-практике разных каналов СМИ: газет, журналов, телевидения и радио?
23. Каковы критерии эффективности связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления?
24. Каковы современные диалоговые формы коммуникации органов власти и общественности?
25. Что понимают под информационным поводом, информационным продуктом, новостью и медиа-планом?
26. Какие методы анализа внешней и внутренней среды организации используются в PR-практике?
27. Что такое имидж, репутация и бренд и как соотносятся эти понятия? Каковы основные функции и компоненты основных характеристик имиджа?
28. Понятие и виды PR-текстов. Основные информационные документы.
29. Правовые основы взаимодействия СМИ с органами государственной власти
30. Официальный интернет-сайт органа государственной власти.
31. Интервью руководителя органа государственной власти.
32. Специфика работы с различными типами СМИ. Реакция на негативные публикации.
33. Типология пропаганды. Методы и приемы агитации, пропаганды, рекламы, связей с общественностью.
34. Целевые аудитории коммуникации в государственном секторе, взаимодействие с ними: НКО, СМИ, население, занятые, выборные должностные лица. Принципы работы с каждой из целевых аудиторий
35. Современная блогосфера как элемент государственных коммуникаций.
36. Информационная война: определение, примеры
37. Специфика информационной войны в эпоху «холодной войны»
38. Специфика информационной войны в современную эпоху
39. Психологическая война: определение, примеры
40. Доктрина информационной безопасности России: основные моменты.
41. Особенности связей с общественностью в органах власти в дореволюционный период
42. Особенности связей с общественностью в органах власти в советский период
43. Особенности связей с общественностью в органах власти в Китае
44. Особенности связей с общественностью в органах власти в США
45. Особенности связей с общественностью в органах власти в странах Европы (на примере какой-либо страны)