

# Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

*Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю*

## ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «PR у політичній сфері»

Курс III (6 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня програма: 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- Політичні студії (2 кредити);
- Реклама та PR у політичній сфері (3 кредити)
- Іміджологія (2 кредити)

Максимальна кількість балів - 40 балів, а саме:

- Політичні студії (10 балів);
- Реклама та PR у політичній сфері (15 балів)
- Іміджологія (15 балів)

**Критерії оцінювання:** студентам пропонується виконати тестові завдання закритого типу, відповідь на кожне оцінюється в межах 0,5 балів

**Орієнтований перелік питань:**

### *«Політичні студії»*

1. Політика як суспільне явище. Види політики.
2. Місце людини у політичному житті. Політична поведінка.
3. Політична соціалізація, її етапи та типи.
4. Влада як суспільне явище. В чому полягає сутність політичної влади, назвіть її джерела?
5. Політична система суспільства як механізм реалізації влади.
6. Особливості формування політичної системи України.
7. Ознаки політичної влади, її ресурси та характеристики.
8. Ознаки правової держави. Перспективи її становлення в Україні.
9. Політичні партії як інститут політичної системи: характеристика, типологія.

10. Типологія сучасних партійних систем. Партійна система України.
11. Політична свідомість: сутність, рівні, види та роль у суспільно-політичному житті.
12. Ідеологія, її роль у розвитку держави.
13. Основні компоненти політичної культури, її історичні типи.
14. Етноси і нації в суспільно-політичному житті.
15. Політичний режим: сутність, типологія.
16. Тоталітарний політичний режим: ознаки, типи.
17. Авторитарний політичний режим: ознаки, різновиди.
18. Демократичний політичний режим: ознаки, різновиди.
19. Сутність та основні риси громадянського суспільства.
20. Політичні конфлікти, їх типологію та шляхи вирішення.

### **«Реклама і PR у політичній сфері»**

1. Специфіка та етапи створення політичної реклами.
2. Теорія «Agenda-setting» у політичному PR: ключові моменти та особливості застосування.
3. Характеристика PR-методам «розкрутки інформаційних приводів».
4. Характеристика PR-методам «удушення інформаційних приводів».
5. Поняття «спін-майстер» у політичному PR: сутність, функції та типологія.
6. Медійні методи формування громадської думки.
7. Пряма політична реклама: характеристика, переваги і недоліки.
8. Громадська думка і правила роботи з нею.
9. Політичний лобізм як PR-технологія: сутність, етапи та правила застосування.
10. Правила формування стратегічного іміджу політичної партії.
11. УПП в політичній рекламі: поняття, специфіка та структура.
12. Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR. Приклади.
13. Виборча кампанія: сутність, етапи планування, типологія.
14. Стратегія виборчої кампанії: поняття, структура, типи.
15. Тактика виборчої кампанії: поняття, основні напрями.
16. Основні форми політичної реклами, їх характеристика.
17. Перфоманс, флеш-моб, хеппенінг як PR-технології. Приклади.
18. Поняття та види політичного медійного менеджменту.
19. Концепція політичної реклами: сутність поняття, складові.
20. Політичний популізм, основні його методи дії та способи протидії.
21. Сутність понять: «спіраль мовчання» та «вікно Овертона». Приклади.

22. Особливості раціональних і емоційних способів впливу у політичній рекламі.
23. Елементи візуального образу в політичній рекламі: фон, колір, шифр, ілюстрації, геометричні фігури.
24. Характеристика перфомансу, флеш-мобу і хеппенінгу як способів політичної реклами.
25. Основні способи керування інформацією і конструювання новин у політичному PR.

### **«Іміджологія»**

1. Іміджологія як наука. Завдання та структура.
2. Складові структури іміджмейкінгу: маркетингові, соціологічні, ситуативні, комунікативний етапи.
3. Фактори впливу на формування іміджу організації. Основні прийоми формування іміджу організації.
4. Концепцію формування позитивного міжнародного іміджу України.
5. Імідж у рекламі.
6. Імідж і пабліситі: визначити спільне і відмінне.
7. Функції й основні компоненти корпоративного іміджу.
8. Специфіка іміджу в державному управлінні й міжнародних відносинах на прикладі зарубіжних і вітчизняних політичних лідерів.
9. Імідж лідера на політичному й неполітичному тлі. Зовнішність політичного лідера. Імідж політичного лідера.
10. Вибір моделі поведінки. Імідж: особистісний і професійний.
11. Специфіка технологій побудови іміджу в бізнесі.
12. Вербальний імідж у структурі іміджеутворюючої інформації.
13. Імідж у структурі сучасної інформаційної реальності.
14. Технології розробки й впровадження іміджевого проекту.
15. Феномен «агресивності» іміджу.
16. Маніпулятивна природа іміджевої комунікації.
17. Імідж події.
18. Складові іміджу країни.
19. Феномен іміджу в історії й культурі.
20. Етапи побудови іміджу.
21. Міфи та стереотипи.

Екзаменатори:

доцент Стадніченко О.І.

доцент Піскорська Г.А.

Завідувач кафедри:

професор Новохатько Л.М.