**Экзаменационные вопросы**

1. Опишите субъект, объект, предмет рекламы.
2. Раскройте сущность рекламной деятельности.
3. Перечислите характеристики, этапы и задачи рекламной деятельности.
4. Дайте понятие рекламы и ее основные функции.
5. Охарактеризуйте рекламу как вид маркетинговой коммуникации.
6. Назовите факторы, влияющие на массовое сознание.
7. Сравните коммерческую и некоммерческую рекламу.
8. Дайте характеристику основным формам рекламы.
9. Укажите ведущие требования к формированию политической рекламы.
10. Объясните различия косвенной и прямой рекламы.
11. Выявите содержание этических аспектов рекламы.
12. Оцените роль психологических факторов в восприятии рекламы.
13. Исследуйте использование манипуляции в политической рекламе.
14. Раскройте роль виртуальных СМИ и системы Интернет в политической рекламе.
15. Охарактеризуйте основные этапы становления PR как науки и философии.
16. Опишите коммуникации в PR как процесс передачи информации от одного субъекта к другому.
17. Дайте определение PR, основным профессиональным терминам, назовите ведущие направления PR.
18. Охарактеризуйте связи с общественностью как науку об управлении коммуникациями в определенных целях.
19. Назовите творческие принципы рекламы.
20. Оцените значимость политических PR как области теоретических знаний и прикладных технологии.
21. Охарактеризуйте новость как элемент PR-технологии.
22. Раскройте особенности PR технологий в политике.
23. Обоснуйте важность и роль прессы в PR-деятельности.
24. Сравните систему работы по PR в правительственных органах и в коммерческой сфере.
25. Сформулируйте главную цель работы по PR в исполнительной власти.
26. Выявите особую роль PR в органах местного самоуправления.
27. Докажите значимость этических норм международных кодексов по PR.
28. Приведите пример современной PR-акции.
29. Исследуйте рекламное обращение: понятие, основные этапы и технологии процесса разработки.
30. Осуществите анализ организации рекламной деятельности в политике.
31. Покажите на примере какова роль общественного мнения в PR – практике.
32. Обоснуйте практический смысл PR деятельности в политической сфере.
33. Ответьте на вопрос, почему залог успеха PR – в правдивой и полной информации.
34. Продолжите фразу: «Реклама должна продавать, а паблик рилейшнз…»
35. Раскройте связь политической рекламы и идеологии.
36. Проведите сравнительный анализ рекламы и пропаганды.
37. Докажите, что менталитет играет важную роль в формировании политической рекламы.
38. Объясните значение символов в политической рекламе.
39. Покажите, в чем смысл популизма и какова его роль в осуществлении рекламной деятельности.
40. Обоснуйте наличие особенностей в средствах реализации задач PR.
41. Критически оцените процесс планирования и организации рекламной деятельности.
42. Выявите и перечислите причины глобализации связей с общественностью в современном обществе.
43. Докажите возможность/невозможность предотвращения искажения информации в политической рекламе.
44. Проведите анализ отличий политической рекламы от других видов рекламы.
45. Сформулируйте свое определение политической рекламы.
46. Попытайтесь создать рекламный слоган для политического лидера.
47. Обоснуйте и докажите, каким образом и насколько успешно Казахстане используется политическая реклама.
48. Выявите сходство и различие PR и политической рекламы.
49. Объясните потребности работы с общественностью в современном обществе и приведите примеры.
50. Проследите тенденцию расширения сферы деятельности PR в современном обществе, используя исторический, социально-экономический и политический подход.
51. Определите значение и роль политического PR для политических партий и общественно-политических движений.
52. Докажите необходимость создания самостоятельных служб по PR в фирмах, компаниях, государственных структурах, шоу-бизнесе, социальной сфере.
53. Приведите примеры и назовите основные причины возникновения «черного PR» в политике .
54. Проведите анализ различных форм PR-работы с широкой общественностью, которые используются в сфере политики (приведите примеры).
55. Обоснуйте и аргументируйте ответ на вопрос, почему необходимо регулирование деятельности по PR.
56. Аргументируйте свою точку зрения по поводу того, какой законопроект, регулирующий деятельность в области PR Вы бы предложили, если бы принимали участие в законодательной деятельности региона или страны.
57. Выявите сходство и различие между PR-агентствами в коммерческой, негосударственной и иных сферах.
58. Рассмотрите деятельность PR-специалиста, которая направлена на организацию, формирование и изменение общественного мнения (приведите примеры).
59. Приведите веские аргументы для доказательства/опровержения того, что этика является средством регулирования отношений в сфере PR.
60. Обозначьте перспективы развития PR в Казахстане.