

**Примерная тематика контрольных работ по дисциплине  
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»**

1. Функциональные принципы построения отделов по рекламе и связям с общественностью.
2. Организация кампаний по связям с общественностью.
3. Организация рекламной кампании.
4. Корпоративное спонсорство, благотворительность и меценатство.
5. Корпоративный имидж и имидж бренда.
6. Креатив в рекламе.
7. Мониторинг информационной среды организации.
8. Основные направления формирования корпоративной культуры.
9. Основы формирования фирменного стиля.
10. Подготовка и распространение основных корпоративных документов.
11. Разработка и обновление корпоративного сайта в интернете.
12. Система подбора и найма агентств по связям с общественностью и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии.
13. Системы обратной связи с персоналом.
14. Специализация корпоративного спонсорства.
15. Основы спичрайтинга.
16. Основы копирайтинга.
17. Способы оценки эффективной работы корпоративной службы связей с общественностью.
18. Технологии производства рекламной продукции.
19. Требования к корпоративным онлайн-документам.
20. Управление корпоративным имиджем: отношения с инвесторами, отношения с акционерами, отношения с правительственными структурами.