

**Примерная тематика контрольных работ по дисциплине
«Введение в специальность»**

1. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публич рилейшнз».
2. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий.
3. Основные этапы становления и развития связей с общественностью в СССР и России.
4. Особенности развития и становления связей с общественностью в США.
5. История становления и развития связей с общественностью в Великобритании.
6. Этика и профессиональные стандарты в сфере связей с общественностью.
7. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
8. Соотношение понятий и функций: связи с общественностью, реклама, пропаганда, маркетинг, публицити.
9. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью в отрасли физической культуры и спорта.
10. Понятия «целевая аудитория», «ключевая аудитория», «конечный потребитель», «лидеры общественного мнения» в сфере связей с общественностью.
11. Виды рабочих мероприятий в сфере связей с общественностью.
12. Классификация рабочих документов в сфере связей с общественностью.
13. Управление имиджем организации,
14. Организация связей со средствами массовой информации.
15. Определение и существенные характеристики рекламы.
16. BTL-реклама.
17. Реклама в политической деятельности.
18. Социальная реклама как современный способ воздействия на массы.
19. Имиджевая реклама, ее цели, задачи, отличия от товарной рекламы.
20. Критерии выбора рекламных средств.
21. Уровни воздействия рекламы.
22. Профессиональные требования рекламисту в отрасли физической культуры и спорта.