

1. Поняття і суть паблік рилейшнз.
2. Історичні передумови виникнення паблік рилейшнз.
3. Історія становлення паблік рилейшнз у стародавніх країнах Азії.
4. Прото-Пр в античних державах.
5. Елементи паблік рилейшнз у діяльності основних соціальних груп Стародавнього світу та Ранняго Середньовіччя.
6. Роль релігії, мистецтва, чуток в становленні паблік рилейшнз.
7. Основні тенденції розвитку паблік рилейшнз у XV-першій половині XIX століть.
8. Систематизація зв'язків з громадськістю у другій половині XIX – першій чверті XX століття.
9. Вплив воєнно-політичної пропаганди 1914-1950 років на теорію і практику паблік рилейшнз.
10. Особливості паблік рилейшнз у сучасній Україні.
11. Моделі, завдання і головні об'єкти паблік рилейшнз-діяльності.
12. Паблік рилейшнз як частина теорії комунікацій.
13. Зв'язок паблік рилейшнз із рекламою.
14. Зв'язок паблік рилейшнз із менеджментом.
15. Зв'язок паблік рилейшнз із маркетингом.
16. Паблік рилейшнз і пропаганда: спільне та відмінне.
17. Використання паблік рилейшнз у політиці.
18. Особливості застосування паблік рилейшнз в галузі економіки.
19. Основні характеристики паблік рилейшнз в кризових ситуаціях.
20. Бізнес та паблік рилейшнз.
21. Інформація: види і напрями дослідження.
22. Соціологія громадської думки в паблік рилейшнз.
23. Структура паблік рилейшнз-відділу.
24. Форми паблік-рилейшнз-діяльності.
25. Функціональні обов'язки працівників паблік-рилейшнз-відділу.
26. Місце і роль діловодів у сфері паблік рилейшнз.
27. Кодекси етики та поведінки паблік рилейшнз-фахівців.
28. Правові засади паблік рилейшнз-діяльності.
29. Громадськість: загальна характеристика.
30. Співвідношення між громадськістю та аудиторією. Поняття цільової аудиторії.
31. Сегментування.
32. Критерії сегментування.
33. Етапи сегментування.
34. Громадська думка, її формування.
35. Способи впливу на громадську думку.
36. Паблік рилейшнз-заходи (загальна характеристика) і їх найпростіші операції.
37. Паблік-рилейшнз-акція, її різновиди.
38. Паблік рилейшнз-кампанія.