

1. Паблік рилейшнз плани, їх види.
2. Паблік рилейшнз-тексти, основні вимоги до них.
3. Вербальні та невербальні форми паблік рилейшнз-текстів.
4. Значення наочності в паблік рилейшнз.
5. Спільне та відмінне в діяльності паблік рилейшнз та ЗМІ.
6. Співпраця паблік рилейшнз зі ЗМІ.
7. Прес-релізи.
8. Бек-граунди.
9. Факт-лист і факт-довідка.
10. Особливості складання листів у паблік рилейшнз.
11. Правила складання паблік рилейшнз-статті.
12. Особливості складання запрошення, проспекту, буклету, брошури, листівки.
13. Застосування інтерв'ю в паблік рилейшнз.
14. Підготовка прес-конференції.
15. Брифінг.
16. Підготовка промови та виступу.
17. Переговори в паблік рилейшнз.
18. Підготовка презентації.
19. Підготовка до прес-туру.
20. Івент-маркетинг.
21. Паблісіті.
22. Значення комунікацій у паблік рилейшнз-діяльності.
23. Галузевий паблік рилейшнз.
24. Лобіювання.
25. Завдання і функції лобіста.
26. Форми лобіювання.
27. Кризові паблік рилейшнз.
28. Типологія криз.
29. Антикризові заходи.
30. Дії паблік рилейшнз у кризовій ситуації.
31. Корпоративний паблік рилейшнз: загальна характеристика.
32. Структура корпоративних зв'язків.
33. Основні канали та засоби внутрішніх комунікацій із персоналом.
34. Корпоративна реклама.
35. Імідж.
36. Створення і розміщення корпоративної реклами.
37. Функціональні обов'язки технічного персоналу під час підготовки прес-конференцій, прес-релізів, паблісіті.
38. Промоушен.
39. Особливості паблік рилейшнз-технологій в Інтернеті.
40. Стереотипи, імідж: їх роль для паблік рилейшнз-кампаній.