**6.7. ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ІСПИТУ/ЗАЛІКУ**

1. Поняття “соціальна комунікація“,“соціальна технологія” і “комунікаційна технологія”.
2. Основні види соціальних і комунікаційних технологій.
3. Соціалізація особистості, коллективу як процес.
4. Характер взаємозв’язку процесів комунікації і соціалізації суспільства.
5. Характер взаємозв'язку комунікаційних процесів з механізмами інтелектуалізації і самоорганізації суспільства.
6. Феномен “комунікативне комунікативне середовище” та його значення для процесу соціалізації суспільства.
7. Поняття пропаганди. Історія розвитку.
8. Пропагандистська комунікація: структура, функції.
9. Комунікативні моделі (теорії) пропаганди.
10. Сучасні технології і методи пропаганди.
11. Психологія і техніки вербальної пропаганди.
12. Паблік рилейшнз як комунікативна дисципліна: поняття, мета і завдання.
13. Особливості менеджменту в галузі ПР.
14. Планування та реалізація ПР-програми (ПР-кампанії).
15. Мас-медіа як основний інструмент ПР-кампанії.
16. Спін-доктор: напрями і методи діяльності.
17. Поняття іміджу.Типи іміджів.
18. Складові іміджу (імідж особи, корпоративний імідж).
19. Характеристики іміджу соціальної групи, партії.
20. Основні чинники творення іміджу.
21. Технології і методи побудови іміджу.
22. Етапи формування іміджу.
23. Імідж нації, держави.
24. Модель комунікації з погляду реклами. Мотиви реклами: шкала потреб

В. Паккарда.

1. Семіотика рекламного тексту. Семіотичні моделі реклами.
2. Рекламна комунікація в масовій культурі.
3. Особливості політичної реклами.
4. Особливості бізнес-реклами.
5. Реклама у сфері науки, техніки і медицини.
6. Характеристика комунікації з погляду пропаганди, реклами і паблік рилейшнз (порівняльний аналіз).
7. Комунікативна основа сучасних виборчих кампаній.
8. Стратегія і тактика виборчої кампанії.
9. Основні етапи і пріоритети виборчої кампанії.
10. Медіа і вибори. Домінація символів і міфів під час виборів.
11. Фактори формування іміджу в рамках виборчої кампанії.
12. Перфоманс. Політичний перфоманс.
13. Методи аналізу текстів політичних лідерів (оперативне кодування, наративний аналіз, двофакторний контент-аналіз, рольовий аналіз).
14. Кризові ситуації і кризові ПР.
15. Механізми комунікативної дії в умовах кризової ситуації.
16. Аналіз і прогнозування розвитку кризових ситуацій.
17. Комунікативні технології стабілізації/дестабілізації соціальних систем.
18. Варіанти викривлення інформаційного простору.
19. Інформаційна війна: поняття, основні принципи і засоби реалізації.
20. Інформаційна агресія. Інформаційна експансія.
21. Інформаційні війни в минулому.
22. Інформаційні війни в структурі сучасної цивілізації. Асиметричний характер інформаційних війн.
23. Технології і методи проведення інформаційних війн.
24. Інтенсивні моделі впливу (метод “промивання мізків”).
25. Інформаційні війни, психологічні операції і національна безпека.
26. Паблік рилейшнз силових структур і спецслужб. Комунікація у розвідувальній діяльності.
27. Стратегії трансформації інформаційного простору (інформаційний комфорт/дискомфорт, дезінформаційна кампанія, моделі нейтралізації).
28. Інформаційні операції при розв’язанні миротворчих і соціальних проблем.
29. Комунікативний менеджмент міжнародних відносин.
30. Сучасна геоінформаційна ситуація і характер розподілу міжнародних комунікативних потоків.
31. Глобалізація та інформаційна ідентифікація і мобільність нації.
32. Паблік рилейшнз міжнародних проектів.
33. Комунікативний аспект міжнародних конфліктів. Комунікативні чинники “примусової” і “м’якої” дипломатії.
34. Мас-медіа і проблеми боротьби з міжнародним тероризмом.
35. Теорія і технологія переговорів. Досвід ФБР в переговорах з терористами.
36. Інтеркультурна комунікація: детериторіалізація, міграція, транскультурація.
37. Комунітивний трансфер діаспори.