

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 1

Теоретичне завдання

Еволюція розвитку паблік рилейшнз.

Практичне завдання

З якими інформаційними технологіями були пов'язані всі чотири комунікаційні революції, що мали місце в суспільстві? Чому саме з ними пов'язані якісні стрибки у розвитку суспільства? Які наслідки для суспільства мала кожна з них?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 2

Теоретичне завдання

PR-інструментарій: сутність, класифікація.

Практичне завдання

Комунікація включає в себе процеси кодування та декодування повідомлення. Вважають, що коди – це знаки (символи), що перекладають ідею на мову, зрозумілу для отримувача. Що може бути використано для кодування конкретного повідомлення? Які знаки (мови, символи) частіше використовуються в міжособових, групових та масових комунікаціях?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напрямку підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 3

Теоретичне завдання

Значення, проблематика і сутність паблік рилейшнз на сучасному етапі.

Практичне завдання

Як би Ви декодували такі знаки:

- у стародавньому живопису Єгипту фараон зображався великим, а всі інші- маленькими;
- керівник відвідав збори трудового колективу певного відділу, організації;
- червоний прапор;
- шестигранна зірка;
- відвідування Президентом України вистави в театрі;
- газета надрукувала фотознімок кандидата в депутати в колі сім'ї;
- лист, надрукований на фірмовому бланку підприємства.

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 5

Теоретичне завдання

PR-інструментарій: сутність, класифікація.

Практичне завдання

На думку Г. Почепцова, історія PR-технології у США проходить три цикли, які сьогодні повторюються на Україні. Перший — захист свого бізнесу. Другий — захист бізнесу (підприємництва) в цілому. Третій — підтримка бізнесом певної політики (політиків). Прокоментуйте це висловлювання і поясніть, який саме цикл зараз має місце в Україні і чому?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 4

Теоретичне завдання

Громадськість та громадська думка. Процес формування громадської думки.

Практичне завдання

Заповніть таблицю, в якій відобразить особливості окремих етапів виникнення та розвитку системи PR-технології.

Основні етапи виникнення та розвитку PR-технології

Етапи виникнення і розвитку PR	Загальна характеристика етапу	Країни поширення	Проблеми, що вирішувались службами PR

Провідний викладач _____

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 9

Теоретичне завдання

Масова комунікація та її значення у сучасному суспільстві.

Практичне завдання

В чому специфіка суспільних відносин? Чим вони відрізняються від особових? До яких відносин — суспільних чи міжособових — можна віднести відносини викладача і студента, лікаря і пацієнта, керівника та підлеглого, друзів між собою, батьків та дітей тощо? Чому ви так думаете?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напрямку підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 6

Теоретичне завдання

Суспільні відносини та соціальні комунікації: поняття, взаємозв'язок і взаємодія.

Практичне завдання

Проведіть порівняльний аналіз PR-технології та традиційної реклами, PR-технології та пропаганди на основі запропонованих нижче критеріїв:

Параметри порівняння	Традиційна реклама	Пропаганда	PR- технології
Мета			
Найбільш типові засоби			
Завдання застосування			
Об'єкт			

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 7

Теоретичне завдання

Структура соціальної комунікації та її основні моделі.

Практичне завдання

Відомий фахівець по зв'язках з громадськістю Сем Блек визначає PR-технології як мистецтво та науку досягнення гармонії, що ґрунтується на правді та повній поінформованості. Як Ви думаєте, чи немає тут протиріччя: наука і мистецтво одночасно? Що ми маємо на увазі, коли говоримо про науковість знання? Що передбачає мистецтво?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 8

Теоретичне завдання

Типологізація соціальної комунікації.

Практичне завдання

. Певні перешкоди, що заважають контакту комунікатора та реципієнта, називаються комунікаційними бар'єрами. Проаналізуйте, як окремі з них проявляються в соціальних комунікаціях. Як їх можна подолати або запобігти?

Комунікаційні бар'єри

Вид комунікаційного бар'єру	Конкретні прояви його в соціальній комунікації	Шляхи подолання відповідних перешкод
Технічні		
Психофізіологічні		
Семантичні		
Психологічні		
Соціальні		
Культурні		

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 10

Теоретичне завдання

Поняття та складові споживчого іміджу підприємства.

Практичне завдання

Директор та його заступник ведуть переговори з партнерами про укладення нового договору про співробітництво. Вони відсутні на підприємстві вже майже два тижні. Серед персоналу почали поширюватися чутки про те, що вони, забравши гроші, втекли за кордон із сім'ями. Що робити службі PR, як спростувати ці чутки?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 11

Теоретичне завдання

Соціальний імідж підприємства.

Практичне завдання

Проведіть порівняльний аналіз предметів різних соціальних наук (соціології, психології та соціальної психології, політології тощо) та предмета зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання. Що спільного і в чому розбіжності?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 12

Теоретичне завдання

Методика формування корпоративного іміджу підприємства.

Практичне завдання

В Україні PR-технології ще не отримали статусу наукової галузі. З чим це, на Вашу думку, пов'язано? Що потрібно зробити для інституціоналізації зв'язків з громадськістю в нашій країні?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 13

Теоретичне завдання

Складові особистого іміджу керівника (лідера) підприємства.

Практичне завдання

Директор та його заступник ведуть переговори з партнерами про укладення нового договору про співробітництво. Вони відсутні на підприємстві вже майже два тижні. Серед персоналу почали поширюватися чутки про те, що вони, забравши гроші, втекли за кордон із сім'ями. Що робити службі PR, як спростувати ці чутки?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 14

Теоретичне завдання

Передісторія системи зв'язків з громадськістю: загальна характеристика та основні елементи публік рилейшнз у минулому.

Практичне завдання

Поширюються чутки, що дочка директора навчається за кордоном на кошти акціонерного підприємства. Персонал та акціонери стурбовані. Що робити працівнику по зв'язкам з громадськістю, який є на цьому підприємстві? Не звертати уваги на це? Спростувати чутки? Аргументуйте свою позицію.

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 1
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 15

Теоретичне завдання

Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю та причини її розвитку в окремих країнах світу.

Практичне завдання

Як відомо, існують різні варіанти включеності відділу зв'язків з громадськістю в структуру управління організацією та підпорядкування першому керівнику. Побудуйте декілька моделей розміщення відділу PR та його зв'язків з вищим керівництвом організації чи установи. Яка з моделей є більш ефективною? Чому?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 1

Теоретичне завдання

Основні етапи виникнення та розвитку системи зв'язків з громадськістю.

Практичне завдання

Уявіть себе в ролі консультанта у туристичній фірмі «Гамалія».та виконайте наступні операції:

1. Запропонуйте систему стимулювання постійних клієнтів фірми.
2. Як заходи можуть підвищити зацікавленість співробітників фірми в підвищенні якості обслуговування?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 2

Теоретичне завдання

Особливості сучасного розвитку паблік рилейшнз.

Практичне завдання

Ваша туристична фірма працює у Польщі, співпрацює з компаніями цієї країни. Який план PR - заходів для співробітництва Ви можете запропонувати? Які засоби розповсюдження PR інформації Ви будете застосовувати в цій країні?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 3

Теоретичне завдання

Сутність, цілі та принципи внутрішньо організаційних комунікацій.

Практичне завдання

Розробіть план заходів для проведення презентації нового туру «Полтавщина історична» для регіонального туристичного агентства «Полтавська Галушка».

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 4

Теоретичне завдання

Структура комунікацій із внутрішньою громадськістю.

Практичне завдання

Ваша установа отримала запрошення прийняти участь в міжнародній виставці в одній із західноєвропейських держав. Які функції, пов'язані з даною виставкою, необхідно виконати працівникам PR під час підготовки до неї? Розробіть програму відповідних дій.

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 5

Теоретичне завдання

Засоби внутрішніх комунікацій.

Практичне завдання

Ваша туристична фірма працює у Словаччині, співпрацює з компаніями цих країн. Які варіанти побудови PR співробітництва Ви можете запропонувати? Який з них — найбільш ефективний? Які засоби PR Ви будете застосовувати в цих країнах?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 6

Теоретичне завдання

Сучасні комунікативні технології у PR-діяльності.

Практичне завдання

Сучасна Україна потребує створення нового, привабливого іміджу. Запропонуйте засоби а) вербалізації; б) візуалізації; в) подійної комунікації для підтримки перелічених нижче іміджевих характеристик:

— Україна як європейська країна,

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 7

Теоретичне завдання

Психологічні та стилістичні прийоми написання PR-документів.

Практичне завдання

Керівники підприємств та установ періодично здійснюють ділові поїздки за кордон. Там їм доводиться зустрічатися не лише з представниками ділових кіл, а й з широкими колами громадськості, із представниками ЗМІ. Вашу організацію відвідав керівник словацької фірми, з якою ви співпрацюєте. Візьміть в нього інтерв'ю для внутрішньої газети. Що потрібно передбачити, готуючись до цього інтерв'ю? Підготуйте з нагоди даного візиту прес-реліз для місцевої преси.

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 8

Теоретичне завдання

Структура PR-документів.

Практичне завдання

Класичною формою «м'якого лобіювання» є листи депутатам. Підготуйте лист депутату міської Ради, який він зможе використати під час обговорення питання будівництва у місті нового парку.

Провідний викладач

_____ ***А.М. Захаренко-Селезньова***

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 9

Теоретичне завдання

Поняття вибірки у соціологічних дослідженнях.

Практичне завдання

Ви — редактор університетського радіо. Який режим радіотрансляцій Ви б запропонували? Підготуйте програму новин університетського радіо та продемонструйте її студентам своєї групи.

Провідний викладач

_____ ***А.М. Захаренко-Селезньова***

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 10

Теоретичне завдання

Основні методи маркетингових досліджень.

Практичне завдання

Дошка оголошень — важливий засіб внутрішньо організаційних комунікацій. Де краще її розмістити? Як її оформити, щоб досягалася краще сприйняття інформації? Розробіть макет оформлення Дошки оголошень для Вашого навчального закладу.

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 11

Теоретичне завдання

Поняття та види первинної і вторинної інформації.

Практичне завдання

Вікенть'єв вважає, що важливим завданням служби PR підприємства є впровадження в життя гасла «За імідж підприємства відповідають всі співробітники, а не лише відділ PR». Запропонуйте свою програму реалізації цього гасла. Що можна рекомендувати керівнику підприємства, керівникам відділів та служб управління, всім іншим працівникам фірми, щоб підтримати імідж підприємства або його підвищити?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 12

Теоретичне завдання

Проблеми підготовки спеціалістів з паблік рилейшнз: минуле та сьогодення.

Практичне завдання

Розробіть сюжет фільму, в якому б містилась інформація про туристичну агенцію студентів ПУЕТ, який би був зорієнтований: а) на майбутніх клієнтів, б) на керівників установ та організацій, в яких можливе працевлаштування наших випускників.

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 13

Теоретичне завдання

Поняття іміджу. Імідж організації, його основні ознаки, властивості та структура.

Практичне завдання

Сучасна Україна потребує створення нового, привабливого іміджу. Запропонуйте засоби а) вербалізації; б) візуалізації; в) подійної комунікації для підтримки перелічених нижче іміджевих характеристик:

— Україна як без'ядерна держава,

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 14

Теоретичне завдання

Основні напрями діяльності служб по зв'язкам з громадськістю щодо формування іміджу організації.

Практичне завдання

В Україні інститут лобіювання лише формується, проте вже деякі соціальні сили використовують лобізм досить інтенсивно. Серед них так зване «аграрне лобі». Які громадські та політичні організації можуть бути зацікавлені в його існуванні? Які методи лобіювання вони найчастіше використовують?

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
з дисципліни «PR-технології в туризмі»**

ВАРІАНТ № 15

Теоретичне завдання

Основні етапи формування іміджу організації.

Практичне завдання

Класичною формою «м'якого лобіювання» є листи депутатам. Підготуйте лист депутату міської Ради, який він зможе використати під час обговорення питання будівництва у місті нової тролейбусної лінії.

Провідний викладач

А.М. Захаренко-Селезньова