

PR ընդունելության հարցաշար (մագիստրատուրա)

1. Իմիջ հասկացության սահմանումը, տեսակներն ու գործառույթները
2. Ցուցադրական սպառման տեսությունը (Վեբլեն)
3. Գովազդի հիմնական մոդելները
4. Բրենդի վերլուծության քառաչափ մոդելը
5. Բրենդը որպես սիմվոլիկ կառուցվածք. բրենդի ատրիբուտներ
6. Առասպելների կառուցվածքը և գործառնական առանձնահատկությունները
7. Առասպելների դերը ժամանակակից զանգվածային հաղորդակցություններում
8. Հասարակայնության հետ կապերի՝ որպես մասնագիտության ձևավորման պատմությունը՝ PR-ի մոդելները
9. Հասարակայնության հետ կապեր (PR) դիսցիպլինի նկարագիրը, նպատակները և խնդիրները
10. Հասարակայնության հետ կապեր. սահմանումներ և ընկալման առանձնահատկություններ
11. Կազմակերպության և իր հասարակայնության միջև փոխըմբռնման ապահովումը՝ RACE - համակարգ
12. Հասարակայնության հետ կապերի ոլորտի տարբերությունները հարակից այլ ոլորտներից
13. Հասարակայնության հասկացությունը PR-ում՝ ներքին և արտաքին, ակտիվ և պասիվ, բացահայտ և լատենտ հասարակայնություն:
14. Թիրախային լսարան. հիմնական առանձնահատկությունները
15. PR-ակցիաների տեսակները՝ ասուլիս, ճեպագրույց (բրիֆինգ), ընդունելություն, բարեգործական ակցիաներ, ծրագրերի շնորհանդես:
16. Արդյունավետ հաղորդակցման հաստատման հիմնական փուլերը
17. Հասարակայնության հետ կապեր և զանգվածային լրատվության միջոցներ. համագործակցության խնդիրները
18. Հաղորդակցություն հասկացությունը PR-ում. հաղորդակցության մակարդակները. Հաղորդակցության մոդելները
19. PR-ը կոմերցիոն հաղորդակցություններում
20. PR-ը տուրիզմի ոլորտում
21. PR և շոու-բիզնես, human-branding-ի էությունը
22. Միջազգային PR-ի էությունը
23. PR-ը ինտերնետում, համացանցային տեխնոլոգիաներ և PR
24. PR-ը սոցիալական ոլորտում
25. Սոցիալական մարքեթինգի էությունը
26. Կորպորատիվ PR
27. PR-ը պետական ոլորտում
28. Հակաճգնաժամային PR
29. Քաղաքական PR
30. PR-ը ՀԿ սեկտորում