**Вопросы к экзамену**

**По дисциплине «Теория и практика менеджмента в рекламной и PR деятельности»**

1. Специфика рекламной деятельности.

2. Сущность и особенности PR деятельности.

3. Организация работы службы рекламы и PR как функция менеджмента.

4. Менеджмент организации: сущность, основные функции.

5. Особенности организационных структур рекламных и PR отделов.

6. Функции службы рекламы и PR теле- радио компании.

7. Функции специалистов отдела рекламы и PR при формировании имиджа организации.

8. Функции специалистов отдела рекламы и PR в процессе формирования бренда.

9. Принципы работы специалистов отделов рекламы и PR предприятия в процессе взаимодействия со СМИ.

10. Организация работы отделов рекламы и PR в процессе продвижения продукции и/или услуг организации.

11. Преимущества и недостатки отделов рекламы и PR организаций.

12. Структура взаимодействия отделов рекламы и PR с рекламными и PR-агентствами.

13. Виды рекламных и коммуникационных агентств.

14. Организационная структура рекламных и PR агентств.

15. Менеджмент в рекламных и PR агентствах.

16. Услуги рекламных и PR агентств.

17. Функции менеджера категории, менеджера марки (бренд-менеджера), менеджера по рекламе, менеджера по связям с общественностью.

18. Специфика деятельности эккаунт-менеджера, арт-директора, копирайтера, дизайнера, медиабайера в рекламных агентствах.

19. Критерии выбора рекламных и PR агентств.

20. Преимущества и недостатки рекламных и PR агентств.

21. Персонал рекламных и PR агентств: критерии отбора и оплаты труда.

22. Система оплаты услуг рекламного и PR агентства.

23. Планирование рекламных кампаний организации.

24. Планирование PR-кампаний организации.

25. Объединения рекламных и PR-профессионалов в России и за рубежом.

26. Продвижение и политика развития рекламных и PR агентств.

27. Сущность и виды тендеров и брифов.

28. Документооборот РА и отделов рекламы и PR (прайс-листы, договоры, коммерческие предложения, отчеты и др.)

29. Сущность и специфика командообразования в коллективе организации.

30. Методы разрешения конфликтов в организации.

31. Сущность миссии, целей, стратегий, ценностей, имиджа в процессе формирования корпоративной культуры.