**Public relations i doradztwo medialne**

**Zagadnienia egzaminacyjne – studia pierwszego stopnia**

1. Adresaci wizerunku organizacji - PR zewnętrzny i wewnętrzny
2. Badanie wizerunku organizacji
3. Bariery i szumy w porozumiewaniu się
4. Charakterystyka gatunków publicystycznych
5. CSR i sponsoring a wizerunek organizacji
6. Dostęp do informacji publicznej w Polsce
7. Gry językowe jako narzędzie oddziaływania we współczesnej komunikacji medialnej
8. Kultura masowa a kultura popularna
9. Logika mediów i pragmatyzm komunikacyjny
10. Media relations jako sposób kreowania wizerunku organizacji
11. Modele komunikacji
12. Kwestie etyczne w działalności public relations
13. Początki komunikacji społecznej
14. Podstawowe zagadnienia współczesnej retoryki
15. Pojęcie konstytucji, cechy konstytucji, funkcje konstytucji
16. Powstanie (czynniki warunkujące) i podział dziejów filozofii
17. Prawa i obowiązki dziennikarza w świetle prawa prasowego w Polsce
18. Prezydent RP - tryb wyboru, pozycja ustrojowa, kompetencje odpowiedzialność
19. Propaganda i komunikowanie polityczne; funkcje mediów w demokracji
20. Rola mediów publicznych i komercyjnych w Polsce po 1989 r
21. Rola specjalisty ds. public relations w budowaniu wizerunku organizacji
22. Samorząd terytorialny w RP
23. Sejm i Senat – pozycja ustrojowa i funkcje
24. Społeczeństwo obywatelskie oraz społeczeństwo informacyjne
25. Sposoby przyciągania uwagi stosowane we współczesnych reklamach
26. Systemy wyborcze – rodzaje, ich wady i zalety
27. Techniki manipulacji językowej (na przykładzie wypowiedzi zapośredniczonej przez media)
28. Teorie oddziaływania mediów
29. Wartość informacji dziennikarskiej
30. Zasady reagowania na kryzys