**Вопросы к зачету по курсу «Амазон и не только: транснациональные корпорации в мире политики и коммуникаций»**

**Лектор: к.п.н., доцент Худоренко Е.А.**

1. Что такое корпоративизм, какова эволюция этого понятия?
2. Современные государственно-гражданские отношения, место и роль корпоративных структур в них.
3. В чем заключаются цели, задачи и роль коммуникационной деятельности международных корпораций?
4. Корпорация и метакорпорация (история, развитие и современное состояние).
5. Составляющие властного потенциала компании.
6. В чем заключаются особенности российского корпоративизма?
7. Дайте определение ТНК.
8. Какова роль гражданского общества в формировании и функционировании крупных корпоративных структур?
9. Как осуществляется взаимодействие бизнес и властных структур государства.
10. Из чего состоит и для чего нужен властный ресурс корпорации?
11. История создания и современное состояние профсоюзов.
12. Каково положение корпорация в системе властных отношений России?
13. Особенности взаимосвязи ГО – Корпорация – Государство.
14. Этапы развития ТНК. Современное состояние.
15. Особенности скрытого пиара.
16. Третий сектор и его роль в развитии российской государственности.
17. Перечислите этапы глобализации. Особенности современного этапа.
18. Что такое продакт плейсмент?
19. В чем заключается значение и роль социального партнерства?
20. «Надкушенный суверинетет».
21. Особенности привлечения внешних пиар-агентств.
22. В чем заключаются особенности экономической власти? Из чего она складывается и каково ее влияние на деятельность корпорации?
23. Перечислите основные этические принципы коммуникационной деятельности современных корпораций?
24. В чем заключаются особенности проведения коммуникаций на международном уровне?
25. Каковы особенности современного этапа развития корпораций?
26. Объясните роль и значение административного ресурса для деятельности корпорации.
27. Третий спор в системе ТМО.
28. Технологии проведения репутационного аудита компании.
29. В чем заключается роль и значение социальной составляющей властного потенциала?
30. Государственные и негосударственные акторы международных отношений.
31. Эвент: цели, задачи, технологии проведения.
32. Какую роль играют акционеры в наращивании экономического ресурса корпорации?
33. ТНК: формы, виды, особенности взаимодействия в системе МО.
34. В чем состоят особенности корпоративной PR деятельности?
35. Формула RACE.
36. В чем заключается стратегия и тактика корпоративного пиара?
37. Причины возникновения глобального управления.
38. Этапы проведения пиар-компании.
39. Какова роль и значение построения имиджа корпорации?
40. Проблемы глобального управления и пути их решения.
41. Что такое продакт плейсмент. Особенности и примеры проведения.
42. Имидж и репутация: общее и отличия.
43. Что такое пиар: цели, задачи, формы и особенности применения в бизнесе.
44. Что такое общественность в PR деятельности?
45. Технологии проведения репутационного аудита крупных корпоративных структур.
46. Этапы проведения пиар компаний.
47. В чем заключаются особенности деятельности корпоративных PR структур в условиях продвижения властнозначимых интересов корпорации?
48. Инструменты медиапланирования.
49. В чем заключается этика корпоративной пиар деятельности?
50. ТНК и развивающиеся государства.
51. Внутренние коммуникации: цели, задачи, особенности, примеры.
52. Технологии продвижения имиджа.
53. Причины применения и типы агрессивного пиара.
54. У. Бек о «надкушенном суверинетете».
55. Вирусный пиар: цели, задачи, особенности и примеры применения.
56. Составляющие властного потенциала компании
57. Вирусный пиар. Причины и особенности применения.
58. Скрытый пиар. Причины и особенности применения.
59. Правила создания пресс-релиза.
60. Внутрикорпоративный пиар. Причины и особенности применения.
61. Спин-доктор: цели, задачи, технологии.
62. Какова эволюция общественно-политического профсоюзного движения: этапы, черты и особенности современного состояния?
63. Что такое пресс-кит и каковы особенности его формирования?
64. Агрессивный пиар: цели, задачи, примеры проведения.
65. Каковы перспективы взаимодействия крупных корпоративных PR структур и профсоюзного движения в России?
66. Концепция устойчивого развития и ее влияние на бизнес
67. В чем заключаются особенности отношения крупных корпораций и современного социально-политического экологического движения?
68. В чем заключаются особенности проведения пресс конференций?
69. Технологии проведения репутационного аудита компании.
70. Влияние ТНК на мирополитические процессы в условиях глобализации.