

**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»**

**ВАРИАНТ № 1**

1. У чому полягає сутність системи зв'язків з громадськістю? Назвіть її основні елементи.
2. Чим пояснюється об'єктивна необхідність дослідження в системі ЗЗГ (PR)?

**Надайте визначення:** Адаптація соціальна (політична, економічна, духовно-культурна) — ; Брифінг —

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»**

**ВАРИАНТ № 2**

1. Дайте характеристику прямого і зворотного зв'язку фірми з цільовою аудиторією.
2. Які загальнонаукові методи використовуються у процесі дослідження?

**Надайте визначення:** Ділова бесіда —; Інформаційний дизайн —

Провідний викладач \_\_\_\_\_ А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 3**

1. Які ви знаєте суб'єкти і об'єкти системи зв'язків з громадськістю? У чому полягає їх взаємозв'язок та взаємодія?
2. Які сучасні соціальні, політичні, економічні, культурні, інформаційні проблеми потребують фундаментального дослідження?

**Надайте визначення:** Комунікаційна система —; PR-звернення —

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»**

**ВАРИАНТ № 4**

1. У чому полягає сутність цільової аудиторії? Дайте її характеристику. Фірмовий знак, його сутність і роль у системі зв'язків з громадськістю.
2. Розкрийте методи та інструментарій маніпулятивних технологій у системі зв'язків з громадськістю.

**Надайте визначення:** Пабліситі —; Ярмарок —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_

А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 5**

1. Канали передачі інформації та їхня роль у системі зв'язків з громадськістю.
2. Визначте основні спеціальні методи соціологічного дослідження і розкрийте їхню роль у дослідженні.

**Надайте визначення:** Цільова аудиторія —; Самопрезентація —

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»**

**ВАРИАНТ № 6**

1. Що таке звернення? Його елементи і роль у зв'язках з громадськістю.
2. У чому полягає сутність системи зв'язків з громадськістю? Назвіть її основні елементи

**Надайте визначення:** Стиль ділового спілкування —; Мотив (психолог.) —

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»**

**ВАРИАНТ № 7**

1. Назвіть основні функції системи зв'язків з громадськістю і дайте їх характеристику.
2. Дайте характеристику прямого і зворотного зв'язку фірми з цільовою аудиторією.

**Надайте визначення:** Прес-реліз — ; Громадськість —

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»**

**ВАРИАНТ № 8**

1. Охарактеризуйте два основні аспекти функціонування системи зв'язків з громадськістю.
2. Які ви знаєте суб'єкти і об'єкти системи зв'язків з громадськістю? У чому полягає їх взаємозв'язок та взаємодія

**Надайте визначення:** Ярмарок —; Інтернет —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_

А.М. Захаренко-Селезньова

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 1  
для студентів напрямку підготовки 6.140103 «Туризм»**

**з дисципліни «PR - технології в туризмі»**

**ВАРИАНТ № 9**

1. У чому полягає сутність іміджу? Назвіть його основні характеристики.
2. У чому полягає сутність цільової аудиторії? Дайте її характеристику. Фірмовий знак, його сутність і роль у системі зв'язків з громадськістю

**Надайте визначення:** Імідж —; Бідність —

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»**

**ВАРИАНТ № 10**

1. Корпоративний імідж: сутність, шляхи формування, основні характеристики.
2. Канали передачі інформації та їхня роль у системі зв'язків з громадськістю.

**Надайте визначення:** Гідність —; Реклама соціальна —

Провідний викладач \_\_\_\_\_

А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 11**

1. Назвіть основні складові корпоративного іміджу. Яку роль відіграють зв'язки з громадськістю в їх формуванні та функціонуванні?
2. Що таке звернення? Його елементи і роль у зв'язках з громадськістю.

**Надайте визначення:** Рекламний буклет —; Спітч —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_ А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 12**

1. Інформаційний дизайн, його місце і роль у зв'язках з громадськістю.
2. Назвіть основні функції системи зв'язків з громадськістю і дайте їх характеристику.

**Надайте визначення:** Журналістика —; Колектив —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_ А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 13**

1. Зовнішній вигляд, стиль поведінки, особиста культура працівників та їхній вплив на імідж корпорації (фірми).
2. Охарактеризуйте два основні аспекти функціонування системи зв'язків з громадськістю.

**Надайте визначення:** Інформаційне поле —; Клієнт —

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»**

**ВАРИАНТ № 14**

1. Стил ь управління та його роль у забезпеченні ефективних зв'язків з громадськістю.
2. У чому полягає сутність іміджу? Назвіть його основні характеристики.

**Надайте визначення:** Клімат психологічний —; Архітектурний дизайн —

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»**

**ВАРИАНТ № 15**

1. Стиль взаємовідносин як важливий елемент корпоративного іміджу.
2. У чому полягає сутність і необхідність системи масової комунікації?

**Надайте визначення:** Прес-реліз —; Аналіз —

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»**

**ВАРИАНТ № 16**

1. Місце і роль засобів масової інформації у формуванні корпоративного іміджу
2. Назвіть основні елементи системи масової комунікації та охарактеризуйте їх.

**Надайте визначення:** Багатство —; Зворотний зв'язок —

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»**

**ВАРИАНТ № 17**

1. Особистий імідж керівника (лідера) та його роль у формуванні корпоративного іміджу.
2. Охарактеризуйте системні відносини засобів масової комунікації.

**Надайте визначення:** Реклама соціальна —; Лобіювання (від лат. *lobby* — коридор, кулуари) —

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»**

**ВАРИАНТ № 18**

1. Форми і методи просування та використання корпоративного іміджу у зв'язках з громадськістю.
2. Назвіть основні принципи формування і функціонування системи масової комунікації та охарактеризуйте їх.

**Надайте визначення:** Марка товару —; Репортаж —

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»**

**ВАРИАНТ № 19**

1. У чому полягає сутність і необхідність системи масової комунікації?
2. Корпоративний імідж: сутність, шляхи формування, основні характеристики.

**Надайте визначення:** Факт-папір —; Медіа-кіт —

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»**

**ВАРИАНТ № 20**

1. Назвіть основні елементи системи масової комунікації та охарактеризуйте їх.
2. Чим пояснюється об'єктивна необхідність дослідження в системі ЗЗГ (PR)?

**Надайте визначення:** Презентація —; Лідер (від англ. *leader* — ведучий, керівник) —

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»**

**ВАРИАНТ № 21**

1. Охарактеризуйте системні відносини засобів масової комунікації.
2. У чому сутність соціологічних досліджень та їх призначення?

**Надайте визначення:** Спітч — ; Невербальне спілкування —

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»**

**ВАРИАНТ № 22**

1. Назвіть основні принципи формування і функціонування системи масової комунікації та охарактеризуйте їх.
2. Назвіть основні типи соціологічних досліджень, їхні характерні риси та призначення.

**Надайте визначення:** Зворотний зв'язок —; Мас-медіа —

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»**

**ВАРИАНТ № 23**

1. Дайте характеристику зв'язку як основного чинника системи засобів масової комунікації.
2. У чому сутність об'єкта дослідження?

**Надайте визначення:** Громадськість — ; Прес-конференція —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_

А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 24**

1. Сутність та основні характеристики так званого інформаційного суспільства.
2. Визначте основні спеціальні методи соціологічного дослідження і розкрийте їхню роль у дослідженні.

**Надайте визначення:** Колектив —; Аудиторія (цільова) —

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»**

**ВАРИАНТ № 25**

1. Чим пояснюється об'єктивна необхідність дослідження в системі ЗЗГ (PR)?
2. Місце і роль засобів масової інформації у формуванні корпоративного іміджу.

**Надайте визначення:** Самопрезентація —; Громадська думка —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_ А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 26**

1. У чому сутність соціологічних досліджень та їх призначення?
2. Форми і методи просування та використання корпоративного іміджу у зв'язках з громадськістю.

**Надайте визначення:** Клімат психологічний —; Солідарність (від лат. *solidus* — міцний) —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_

А.М. Захаренко-Селезньова

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

**ВАРИАНТ № 27**

1. Розкрийте поняття програми дослідження та її структури.
2. Особистий імідж керівника (лідера) та його роль у формуванні корпоративного іміджу.

**Надайте визначення:** Факт-папір —; Огляд —

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»**

**ВАРИАНТ № 28**

1. Назвіть основні типи соціологічних досліджень, їхні характерні риси та призначення.
2. Назвіть основні функції системи зв'язків з громадськістю і дайте їх характеристику.

**Надайте визначення:** Імідж —; Презентація —

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»

**ВАРИАНТ № 29**

1. Що таке гіпотеза дослідження? Її місце та роль у дослідженні.
2. Канали передачі інформації та їхня роль у системі зв'язків з громадськістю.

**Надайте визначення:** Інформаційне поле —; Моніторинг публікацій у пресі  
—

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»**

**ВАРИАНТ № 30**

1. У чому сутність об'єкта дослідження?
2. Форми і методи просування та використання корпоративного іміджу у зв'язках з громадськістю.

**Надайте визначення:** Бідність —; Медіа-кіт —

Провідний викладач

\_\_\_\_\_

А.М. Захаренко-Селезньова