

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ
ДО КОМПЛЕКСНОГО ПІДСУМКОВОГО ЕКЗАМЕНУ
з підвищення кваліфікації працівників Департаменту комунікації
Національної поліції України

1. Обмеження щодо одержання подарунків згідно з Законом України «Про запобігання корупції».
2. Обмеження сумісництва та суміщення з іншими видами діяльності для поліцейського.
3. Дії поліцейського у разі надходження пропозиції щодо неправомірної вигоди або подарунка.
4. Дії поліцейського, який виявив у своєму службовому приміщенні чи отримав майно, що може бути неправомірною вигодою, або подарунок.
5. Близькі особи відповідно до Закону України «Про запобігання корупції».
6. Основний критерій оцінки ефективності діяльності поліції відповідно до Закону України «Про Національну поліцію».
7. Періодичність проведення оцінки рівня довіри населення до поліції на загальнодержавному рівні.
8. Взаємодія з органами державної влади та місцевого самоврядування в діяльності поліції.
9. «Community policing» як філософія або організаційна стратегія.
10. Оцінка рівня довіри населення до поліції.
11. Права людини, що захищаються Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року, що не підлягають ніяким обмеженням і не допускає ніяких винятків.
12. Порядок звернення людини для захисту своїх прав до міжнародних судових установ.
13. Зміст права на свободу та недоторканність згідно ст. 5 «Право на свободу та особисту недоторканність» Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року.
14. Право на таємницю листування, телефонних розмов, телеграфної та іншої кореспонденції та підстави його обмеження згідно Конституції України.
15. Види міжнародних стандартів з прав людини.
16. Зміст права на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань відповідно до ст. 34 Конституції України.
17. Функція засобів масової інформації при отриманні і розповсюдженні відомостей про найбільш важливі для громадян і органів влади події.
18. Аспекти у журналістській діяльності, де розуміється свобода слова.
19. Поняття сукупності територій, охоплених засобами масової інформації (регіональними, національними, світовими).
20. Контроль держави, організації чи групи людей над публічним виявом думок і творчості індивіда.
21. Поняття неправомірної вигоди при вчиненні корупційних злочинів.
22. Значний, великий та особливо великий розмір неправомірної вигоди при прийнятті пропозиції, обіцянки або одержанні її службовою особою.

23. Істотна шкода (у ст.ст. 364, 364-1, 365, 365-2, 367 КК України) та тяжкі наслідки (у ст.ст. 364–367 КК України).
24. Зміст суб'єктивної сторони складу злочину, передбаченого ст. 364 КК України (зловживання владою або службовим становищем).
25. Зміст пропозиції та обіцянки неправомірної вигоди.
26. Поняття «експлуатація людини».
27. Зміст поняття «тяжкі наслідки» у складі злочину, передбаченого ст. 149 КК України.
28. Форми об'єктивної сторони ст. 149 КК України.
29. Кваліфікуючі та особливо кваліфікуючі ознаки злочину, передбаченого ст. 149 КК України.
30. Момент закінчення злочину, передбаченого ст. 149 КК України.
31. Повноваження уповноважених підрозділів органів Національної поліції України у сфері запобігання та протидії домашньому насильству.
32. Обмежувальні заходи, що застосовуються до осіб, які вчинили домашнє насильство.
33. Контроль за поведінкою засуджених, до яких застосовано обмежувальні заходи.
34. Основні види домашнього насильства.
35. Визначення протидії домашньому насильству.
36. Професійна мовнокомунікативна компетенція.
37. Принципи професійної мовленнєвої діяльності фахівця зі зв'язків з громадськістю.
38. Особливості вживання термінів у професійному мовленні фахівця зі зв'язків з громадськістю.
39. Види логічних мовленнєвих помилок.
40. Ознаки сучасної української літературної мови.
41. Архаїзми.
42. Основна ознака культури мовлення.
43. Норми сучасної літературної мови.
44. Переносне значення слова.
45. Правопис.
46. Поняття стресу.
47. Основні види стресу.
48. Підтримка при стані страху.
49. Поняття адаптації.
50. Підготовка до стресу.
51. Цілі ділового спілкування працівників поліції.
52. Комунікативні умови спілкування.
53. Визначення поняття спілкування.
54. Різновиди спілкування в залежності від кількості учасників.
55. Різновиди спілкування за наявності проміжної ланки.
56. Визначення терміну «дискримінація».
57. Форми дискримінації.
58. Поняття ксенофобії.
59. Визначення поняття стереотипу.
60. Поняття толерантності.

61. Загальне визначення поняття засобів масової інформації.
62. Функції засобів масової інформації.
63. Загальне визначення поняття засобів масової комунікації.
64. Визначення поняття журналістики.
65. Кореспонденція, яка належить до аналітичного жанру.
66. Аналітичні методи журналістики.
67. Загальна характеристика кореспонденції.
68. Основні джерела отримання інформації.
69. Функції масової комунікації.
70. Загальне визначення поняття інформації.
71. Характерні риси аналітичної кореспонденції.
72. Умови, які зумовили розподіл журналістики на жанри.
73. Характерні особливості, які вирізняють публіцистичний стиль мови від інших стилів (офіційно-ділового, наукового, художнього, розмовного).
74. Найбільш характерні мовні кліше і штампи для сучасної публіцистики.
75. Порядок представлення інформаційного жанру в діяльності працівників Департаменту комунікації Національної поліції України.
76. Характеристика жанрів, що застосовуються в медіа сфері.
77. Відмінності між аналітичними документами, які готуються в МВС України, від матеріалів аналітичного жанру в інтерпретації журналіста.
78. Основні етапи роботи журналіста при підготовці матеріалів аналітичного жанру.
79. Умови, при яких може застосовуватися художньо-публіцистичний жанр в діяльності Департаменту комунікації Національної поліції України.
80. Співвідношення між обраним жанром і цілями та завданнями масової комунікації.
81. Характеристика індивідуального стилю журналіста, прояви такого стилю в його творах.
82. Небезпечні тенденції для сучасних засобів масової інформації.
83. Суб'єкти діяльності друкованих засобів масової інформації.
84. Випадки обмеження права на свободу світогляду і віросповідання.
85. Нормативно-правовий акт, який визначає порядок висвітлення діяльності органів державної влади у засобах масової інформації.
86. Етапи управління інформацією.
87. Загальна характеристика поняття публіситі.
88. Випадки, у яких редакція та журналіст не несуть відповідальності за отримані недостовірні відомості.
89. Випадки, за якими припиняється акредитація представника засобів масової інформації.
90. Нормативно-правові акти, якими керується Департамент комунікації Національної поліції України.
91. Терміни відповіді на запит про доступ до публічної інформації.
92. Загальна характеристика зовнішньої громадськості.
93. Відповідальність за перешкоджання професійній діяльності журналіста.
94. Загальна характеристика видів іміджу.

95. Нормативно-правовий акт, в якому визначено порядок підзвітності громаді.
96. Елементи періодичного звіту громаді.
97. «Комунікаційні стратегії» та «стратегії комунікації»: вербальне жонгливання чи відмінні поняття.
98. Сутність поняття «стратегічні комунікації» у нормативно-правових документах України.
99. Комунікаційні цілі, що визначаються в якості пріоритетних у «Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018–2021 рр.».
100. Параметри, за якими кваліфікується цільова аудиторія при створенні стратегій комунікації.
101. Принципи, за якими мають здійснюватися стратегії комунікації з громадськістю.
102. Органи державної влади та їх підрозділи, які уповноважені здійснювати розробку й моніторинг стратегій комунікації з громадськістю.
103. Мета використання PEST-аналізу при розробці стратегій комунікації.
104. SWOT-аналіз для розробників стратегій комунікації.
105. Випадки, при яких виникає необхідність застосування сплін-докторства.
106. Критеріями, за якими оцінюється ефективність стратегій комунікації з громадськістю.
107. Загальне визначення PR.
108. Характеристика іміджу як категорії формування іміджу організації.
109. Іміджелогія як наука.
110. Складові іміджу організації.
111. Мета PR-комунікації.
112. Характеристика цільової аудиторії в діяльності правоохоронних органів.
113. Основні завдання служби з комунікації.
114. Фактори, які впливають на формування громадської думки.
115. Правові основи функціонування PR-служб.
116. Організаційні форми діяльності PR-служб.
117. Структура побудови іміджу організації.
118. Фактори впливу на формування іміджу організації.
119. Характеристика зовнішнього PR.
120. Характеристика внутрішнього PR.
121. Фактори формування іміджу працівника правоохоронних органів.
122. Випадки, за якими журналіст має право здійснювати письмові, аудіо та відеозаписи із застосуванням необхідних технічних засобів.
123. Вимоги до проведення відеозйомки будівлі підрозділу правоохоронного органу.
124. Вживання терміну «технології» у такій гуманітарній сфері, як комунікація.
125. Зв'язок комунікаційних та PR-технологій.
126. Проектування комунікаційних моделей в діяльності органів влади.
127. Визначення поняття профайлінгу як частини комунікаційних технологій.

128. Робота технології активного слухання.
129. Прийоми встановлення довірчих відносин.
130. Маніпуляція в спілкуванні та у комунікаційних технологіях.
131. Прийоми і психотехніки, що використовуються при переконанні аудиторії.
132. Робота психотехніки комунікативного доведення й спростування заперечень.
133. Медіація у діяльності органів влади.
134. Застосування профайлінгу в діяльності Національної поліції України.
135. Загальна характеристика корпоративного іміджу.
136. Методи, що застосовуються при зіставленні психологічного портрета злочинця.
137. Порядок застосування кримінального профайлінгу в діяльності Національної поліції України.
138. Види профайлінгу, що суперечать законодавству України.
139. Загальна характеристика поняття «вербальна поведінка».
140. Загальна характеристика «соціального партнерства» як організаційної форми взаємодії із засобами масової інформації.
141. Загальна характеристика «соціального альянса» як організаційної форми взаємодії із засобами масової інформації.
142. Актуалізація питання медіаосвіти, її соціальні проекти.
143. Трансформування поглядів на медіаграмотність протягом останніх тридцяти років.
144. Основні положення Концепції впровадження медіаосвіти в Україні.
145. Медіаграмотність журналіста.
146. Медіакультура журналіста.
147. Поняття «комунікативна деонтика журналіста».
148. Особливості прояву комунікативної деонтики журналіста при діяльності у медіапросторі.
149. Вплив неформальної освіти на підвищення рівня медіаграмотності журналіста.
150. Роль інформальної освіти в медіакультурі журналіста.