

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
Филиал государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Кузбасский государственный
технический университет»
в г. Прокопьевске

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**Тесты для самостоятельной работы
студентов специальности
100103 (230500) «Социально-культурный сервис и туризм»**

Составители: **Ю.В. Чернова**

Утверждено на заседании кафедры
Протокол № 4 от 14.12.2007 г.

Прокопьевск 2008

Рецензент: доцент, к.э.н., заведующая кафедрой
социально-культурного сервиса и туризма ГУ КузГТУ
Н.Н. Егорова

Предмет, структура, функции, история становления ПР

1. В чем видел смысл Аристотель, говоря о риторике?
 - а) находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета
 - б) находить возможные способы влияния на общественность с целью получения желаемого результата
 - в) возможность каждого активно влиять на отношения, добиваться изменения первоначальных представлений о ком или чем-либо

2. Кто впервые официально употребил выражение «паблик рилейшнз»?
 - а) С. Блэк
 - б) А. Линкольн
 - в) Т. Джефферсон

3. Какую фразу заменило выражение «паблик рилейшнз» в 1807 году, когда впервые было официально употреблено?
 - а) связи с общественностью
 - б) состояние мысли
 - в) общественное мнение

4. Какую информацию содержали бюллетени в период правления Юлия Цезаря?
 - а) информацию о том, как происходили военные походы, какие были потери
 - б) информацию с критикой видных политических деятелей
 - в) позитивную информацию о принимаемых «наверху» решениях

5. Кто (еще в древности) определил каноны делового общения?
 - а) Демосфен
 - б) Сократ
 - в) Аристотель

6. Какой компонент не является основным в процессе делового общения?

- а) умение вести себя
- б) умение видеть и слышать партнера
- в) умение «заговорить» партнера

7. Продолжите фразу: «Если вы хотите привлечь кого-либо на свою сторону, прежде всего, убедите его в том, что...»

- а) вы ему компаньон
- б) вы ему друг
- в) вы ему не конкурент

8. Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если...»

- а) постоянно повторяется
- б) использует традиционные каналы передачи информации
- в) требует минимум усилий со стороны целевой аудитории

9. Какой процент информации несут в себе невербальные коммуникации?

- а) 15 %
- б) 40 %
- в) более 50%

10. Что является важным фактором эффективной деловой коммуникации?

- а) выбор поведения
- б) выбор собеседника
- в) выбор стиля делового общения

11. Какие стили делового общения существуют?

- а) авторитарный, демократический
- б) индивидуальный, общественный
- в) строгий, формальный

12. Какой стиль делового общения чаще всего используется в рыночном взаимодействии?

- а) авторитарный
- б) формальный
- в) демократический
- г) общественный
- д) проблемно-целевой

13. Как называется стиль делового общения, характер которого определяет ситуация?

- а) авторитарный
- б) формальный
- в) проблемно-целевой
- г) демократический

14. Деятельность какого оратора является вершиной развития ораторского искусства в Древнем Риме?

- а) Цицерона
- б) Демосфена
- в) Плутарха

15. Какая структура представляла собой уникальный опыт связей с общественностью в Средневековой Руси?

- а) Рада
- б) Народное вече
- в) Боярское собрание

16. С чем связано зарождение основ ПР в Англии?

- а) с денежной реформой
- б) со сменой политики премьер-министра
- в) с законом о национальном страховании

17. Соотнесите этапы становления связей с общественностью в России с событиями:

- а) 1 этап 1) проведение первых информационных кампаний
- б) 2 этап 2) открытие представительств международных агентств ПР
- в) 3 этап 3) внедрение ПР в практику избирательных кампаний

18. Кем в 1964 году международная ассоциация служб связей с общественностью была признана консультантом экономического социального совета?

- а) ВТО
- б) ООН
- в) ЮНЕСКО

19. В каком году был принят кодекс профессионального поведения служб связей с общественностью?

- а) 1964 г.
- б) 1950 г
- в) 1962 г

20. В каком году было создано первое крупное бюро PR в Америке?

- а) 1912 г
- б) 1970 г
- в) 1972 г

21. Какой этап становления рынка услуг по связям с общественностью характеризуется применением в российской практике западных PR-технологий?

- а) 1988-1991
- б) 1991-1995
- в) 1995-2000

22. Когда наука PR официально вошла в обязательные программы экономических университетов?

- а) в 1950-е годы
- б) в 1970-е годы
- в) в 1990-е годы

23. Чем был отмечен период с 1988 по 1991 г в области формирования PR-овских услуг в России?

- а) качественным скачком в развитии российского рынка услуг по PR

- б) появлением служб ПР в общественных и государственных структурах
- в) применением в российской практике западных ПР-технологий, проведением информационных компаний

24. Основная мысль Айве Ли в книге «Паблицити»?

- а) имидж человека/организации можно изменять с помощью разных приемов, методов
- б) политики должны прислушиваться к мнению общественности с целью принятия целесообразных решений
- в) общественность необходимо убеждать в правоте своих действий

25. Основа деятельности ПР сводится к так называемой...

- а) теории слушания
- б) теории общения
- в) теории восприятия

26. ПР понимается как одна из функций ... по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и общественностью.

- а) маркетинга
- б) менеджмента
- в) социальной психологии

27. Какой функции у ПР нет?

- а) аналитико-прогностической
- б) консультативно-методической
- в) контрольно-ревизионной

28. Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики?

- а) организационно-технологическая
- б) аналитико-прогностическая
- в) консультативно-методическая

29. Какая из функций ПР предполагает консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, разных программ и компаний ПР?

- а) организационно-технологическая
- б) информационно-консультативная
- в) консультативно-методическая

30. Важный элемент принципиальной модели ПР, благодаря которому становятся доступными сведения о реакции целевой аудитории?

- а) обратная связь
- б) ПР-обращение
- в) каналы передачи информации

31. Какой элемент не входит в принципиальную модель ПР?

- а) ПР-обращение
- б) коммуникативные барьеры
- в) пресс-центр

32. Какие обязанности не возлагает на себя ПР-агентство в рамках функционирования принципиальной модели ПР?

- а) установление реальных возможностей каналов передачи, аудитории
- б) определение объема и стоимости работ
- в) устранение барьеров, препятствующих гладкому прохождению информации

33. Необходимый элемент ПР-обращения?

- а) правдивость
- б) повествование от первого лица
- в) ясность

34. Конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков – это...

- а) внутренняя общественность
- б) целевая аудитория

в) собственная общественность

35. Какой из элементов не является слагаемым успешной концепции связей с общественностью?

а) обстановка

б) доверие

в) стабильность

36. В какой газете российские предприниматели 19 века ежегодно должны были публиковать результаты своей коммерческой деятельности?

а) «Российские ведомости»

б) «Московские новости»

в) «Столичные вести»

37. Основание системы составления и распространения пресс-релизов – чья заслуга?

а) Айве Ли

б) Юлия Цезаря

в) Томаса Джефферсона

38. Что повлияло на активное утверждение ПР как сферы бизнеса в США в начале 20 века?

а) активный рост промышленности, финансового капитала

б) выход из экономической депрессии

в) смена курса

39. Как называется организация, которая оказывает серьезную помощь предпринимательству России?

а) Бизнес-класс

б) Российский предприниматель

в) Российский парламентарий

40. Какие организации оказывают помощь предпринимательству на местном уровне?

а) Горсовет

б) Кузбасская торгово-промышленная палата

в) совет предпринимателей

41. В каком году была создана Международная ассоциация служб связей с общественностью?

а) в 1955

б) в 1990

в) в 1995

42. В каком году было создано Управление по связям с общественностью при Президенте РФ?

а) в 1995

б) в 1996

в) в 1997

43. Деятельность какой крупной структуры ПР приобрела большое значение в Великобритании?

а) Центральное информационное агентство

б) Ассоциация служб по связям с общественностью

в) ИТАР-ТАСС

44. Кто утверждал, что в основе деятельности любой организации должна быть открытость для СМИ и общественности?

а) С. Блэк

б) С. Адамс

в) А. Ли

45. Какие условия становятся неотъемлемыми для развития экономики, когда в крупных коммерческих проектах активное участие принимают широкие массы?

а) наличие серьезных финансовых источников

б) учет общественного мнения

в) умение воздействовать на общественное мнение

46. В чем заключаются сложности и неудачи при проведении переговоров, заключении контрактов в современных условиях развития российского бизнеса?

- а) в недостатке информированности, правдивости, гибкости и открытости всех участников рыночного оборота
- б) в некомпетентности, непунктуальности участников переговоров
- в) в чрезмерной мнимости о несостоятельности своих партнеров

47. Какой из принципов был провозглашен С. Блэком?

- а) необходимость создания такой организации, которая смогла бы возглавить компанию и объединить людей
- б) опора на объективные закономерности массового сознания, отказ от манипулятивных попыток выдавать желаемое за действительное
- в) постоянное и непрерывное воздействие на общественное мнение по любым каналам

48. Какие из приведенных формулировок являются принципами, провозглашенными С. Адамсом, согласно которым должны строиться связи с общественностью?

- а) только открытые и честные взаимоотношения могут способствовать успеху фирмы на рынке
- б) необходимость использования национальной и эмоциональной символики и применение легко запоминающихся лозунгов
- в) опережение оппонента в интерпретации событий и своевременная организация действий, оказываемых эмоциональное влияние на публику

49. Кто является автором системы «РЕЙС»?

- а) Ли
- б) Блэк
- в) Джефферсон

50. Какой из этапов не входит в систему «РЕЙС»?

- а) разработка программы и сметы
- б) выбор ПР-агентства и разработка ПР-обращения
- в) исследование и анализ задач

ПР И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

1. Общественное мнение – это...
 - а) совокупность общественных взглядов по определенному вопросу, полученных в результате опросов, на собраниях
 - б) сумма индивидуальных мнений по тому или иному поводу
 - в) результаты проведенного анкетирования или опроса

2. Суждения приобретают статус общественного мнения, если...
 - а) распространены в Интернете
 - б) обсуждаются в коллективе
 - в) публично высказаны и распространены

3. При каком условии может быть успешным формирование общественного мнения?
 - а) при условии определения аудитории потребителей
 - б) при создании доброжелательной атмосферы рыночного взаимодействия
 - в) при условии правильной подачи информации

4. Происхождение термина «общественное мнение» связано...
 - а) с обсуждением разных вопросов жизни государства на городских площадях
 - б) с призывом князя на престол для объявления мира или войны
 - в) с появлением информационных бюллетеней

5. Кто в начале XX века впервые полно исследовал социальную значимость общественного мнения?
 - а) Ю. Хабермас
 - б) Л. Джордж
 - в) У. Липпман

6. Деятельность специалистов ПР представляет собой комплекс координированных действий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы...

- а) фирма могла утвердиться в деловом мире
- б) изменить мнение и поведение людей в свою пользу
- в) добиться превосходства над конкурентами

7. Функция общественного мнения, характеризующаяся тем, что общественность выносит решения по тем или иным проблемам социальной жизни?

- а) оценочная
- б) директивная
- в) консультативная

8. При проведении исследований в городе количество опрошиваемых должно составлять...

- а) 1-1,5% от общей численности населения
- б) 5% от общей численности населения
- в) 10% от общей численности населения

9. Мнение может быть:

- а) нейтральным
- б) положительным
- в) отсутствующим

10. Какая из функций общественного мнения реализуется через оценку каналов выражения?

- а) оценочная
- б) информационная
- в) аналитическая

11. Задачей коммуникативного аудита является...

- а) осмысление согласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами населения
- б) выяснить установки и мнения людей
- в) методы, не требующие вмешательства в работу объектов исследования

12. Выборка, анкета, интервью, анализ результатов является элементами...

- а) неформальных исследований
- б) социальных исследований
- в) коммуникативного аудита

13. Выборки могут быть:

- а) случайными
- б) неслучайными
- в) первичными
- г) вторичными

14. Квотные выборки являются разновидностью...

- а) случайного отбора
- б) специального отбора
- в) неслучайного отбора

15. Неструктурированные выборки, рассчитанные на то, чтобы уточнить мнение – это...

- а) квотные выборки
- б) пригодные выборки
- в) кластерные выборки

16. Предварительно выяснить проблему для ее дальнейшего изучения - главная функция...

- а) группового интервью
- б) анкеты
- в) опроса

17. Заключительным этапом исследования общественного мнения является...

- а) опрос
- б) подведение итогов
- в) анализ

18. Сформированное отношение человека к чему-либо – это...

- а) точка зрения

- б) мнение
- в) принцип

19. Систематическое распространение сообщений через СМИ с целью информирования и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей – это...

- а) общественное мнение
- б) коммуникация
- в) массовая коммуникация

20. Контингент людей, организаций, с которыми работает или может соприкоснуться предприятие в силу специфики своей деятельности – это

- а) внутренняя общественность
- б) внешняя общественность
- в) собственная общественность

21. К какому государству относится фраза «Глас народа – глас Божий»?

- а) Древний Рим
- б) Древняя Греция
- в) Вавилон

22. Общественность – это...

- а) сотрудники предприятия, объединенные служебными отношениями, подчиняющиеся служебной дисциплине
- б) группа людей, сложившаяся под влиянием определенных обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующих на нее одинаковым образом
- в) многочисленная группа потребителей, СМИ, участники политических партий, движений
- г) любые группы, которые проявляют реальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей

23. Отношение к тем или иным проблемам или фактам – это...

- а) оценочное мнение

- б) конструктивное мнение
- в) общественное мнение

ПР в системе маркетинговых коммуникаций

1. Коммуникация - это обмен информацией между:
 - а) людьми
 - б) организациями
 - в) людьми и организациями

2. Какой инструмент «пи» - маркетингового комплекса может стать более результативным инструментом стратегической политики фирмы с учетом уровня жизни общества?
 - а) сбыт
 - б) цена
 - в) продукт

3. За имидж фирмы отвечает не только отдел ПР, но и...
 - а) конкуренты
 - б) сотрудники
 - в) клиенты
 - г) партнеры

4. Какой этап системы экспресс-анализа включает в себя определение целей по выходу на рынок, формирование имиджа фирмы?
 - а) начальный
 - б) аналитический
 - в) подготовительный

5. Сколько аудиторий выделил Котлер, от успешного взаимодействия с которыми средствами ПР зависит судьба компании?
 - а) 5
 - б) 10

в) 11

6. Какую форму приобретает маркетинг при многоплановом взаимодействии фирмы с общественностью?

- а) социально-экономическую
- б) социально-этическую
- в) социально-психологическую

7. Средства ПР помогают подтолкнуть аудиторию к совершению действий по схеме:

- а) заинтересованность-действие-покупка
- б) действие – покупка - эмоции
- в) эмоции - действие - покупка

8. Микросегментация рынка включает:

- а) сегментацию по выгодам
- б) психологическую сегментацию
- в) толерантную сегментацию

9. В разъяснительно-пропагандистском канале коммуникации участвуют:

- а) друзья, соседи
- б) торговый персонал фирмы
- в) потребители

10. Стратегия «проталкивания» товара ориентирована:

- а) на потребителей
- б) на конкурентов-друзей
- в) на посредников

11. Какой этап экспресс-анализа является главным при формировании маркетинговой стратегии в процессе налаживания связей с общественностью?

- а) аналитический
- б) подготовительный
- в) основной

12. Какими путями фирма пытается внедрить в общество идею, что она ставит интересы каждого человека превыше всего?
- а) распространением массива информации о стабильном состоянии дел фирмы на рынке
 - б) посредством внимательного контроля состояния обратной связи
 - в) анализируя ценовую и товарную политику собственной организации
13. Цели социально-этического маркетинга формируются с учетом:
- а) общественного мнения
 - б) основных составляющих маркетинга
 - в) принципов руководства фирмы
14. Эффективное использование основ социально-этического маркетинга позволяет:
- а) установить более точные коммуникации
 - б) повысить цену
 - в) не пустить на рынок конкурентов
15. Комплексная модель рыночного взаимодействия с партнерами, связанная с движением товара, обменом информацией – это...
- а) система спроса и предложения
 - б) коммуникации в маркетинге
 - в) товародвижение
16. Основной элемент маркетинговых коммуникаций?
- а) информация
 - б) мероприятия ПР
 - в) исследования
17. На основании каких принципов формируется коммуникативная модель маркетинга?
- а) учет уровня психологического микроклимата в трудовом коллективе
 - б) мотивация потребителей для последующих покупок в соответствии с маркетинговой концепцией предприятия

в) создание гармоничной атмосферы партнерства за счет взаимовыгодности, взаимопонимания

18. Какое из полей не входит в число основных элементов рыночного пространства?

- а) пространственное
- б) ценовое
- в) информационное

19. Одной из наиболее важных контактных аудиторий, от которой в первую очередь зависит авторитет фирмы, является...

- а) персонал
- б) потребители
- в) партнеры

20. Цель службы ПР – добиться чтобы...

- а) каждый специалист ощущал себя частью команды
- б) подчиненные понимали руководителя
- в) общественность воспринимала организацию как самодостаточную

21. Успех маркетинговых проектов зависит от...

- а) развития российского бизнеса
- б) своевременного установления связей с общественностью
- в) предупреждения вредных слухов и предвзятостей

22. Использование в рамках единой коммуникативной стратегии всей системы коммуникативных методик сразу, глубокое понимание клиента, его потребностей и осознание социальной ответственности перед ним – это...

- а) комплекс мероприятий ПР
- б) интегрированные маркетинговые коммуникации
- в) исследования в фокус-группах

23. Соотнесите направления и задачи, которые четко разграничивают зоны ответственности в коммуникационном плане:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1.реклама | а. поддержание продаж |
| 2.ПР | б. распространение контролируемой информации |
| 3.маркетинговые мероприятия | в.создание положительной |

24. Назовите сферы, где ПР и маркетинг особенно тесно связаны между собой?

- а) паблисити товара
- б) ПР - реклама
- в) участие в выставках

25. В каких ситуациях для получения большего эффекта правильной будет применить паблисити?

- а) представление нового продукта
- б) юбилей компании
- в) финансовая стабильность
- г) преодоление проблем с распространением

26. При каких обстоятельствах более эффективной будет ПР - реклама?

- а) слияние и распад компании
- б) карьерный рост
- в) достойный, но сложный продукт

27. Первое, что необходимо сделать компании в процессе организации системы маркетинговых коммуникаций?

- а) проанализировать бюджет
- б) составить обращение и выбрать средство его распространения
- в) выявить целевую аудиторию

28. Наиболее действенные аргументы в обращении приводятся:

- а) в начале текста
- б) в середине текста
- в) в конце текста

29. Какая сегментация не имеет отношения к потребительским рынкам?
- а) описательная
 - б) сегментация по выгодам
 - в) психологическая
 - г) поведенческая
30. Какие критерии присущи социально-культурной сегментации?
- а) активность личности
 - б) мнения
 - в) уровень пользования товаром
 - г) чувствительность к факторам маркетинга
 - д) фазы жизненного цикла семьи
31. Потребитель – это...
- а) лицо, приобретающее и использующее товары, услуги
 - б) гражданин, использующий услуги и товары для нужд, связанных с получением прибыли
 - в) гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести (заказывающий, приобретающий) товары, услуги исключительно для личных нужд
32. К каналам личной коммуникации относятся:
- а) разъяснительно-пропагандистский
 - б) контрольно-исследовательский
 - в) экспертно-оценочный
 - г) общественно-бытовой
33. Сколько основных средств включает система маркетинговых коммуникаций (СМК)?
- а) 4
 - б) 5
 - в) 10
34. Что не является средством СМК?
- а) реклама
 - б) ПР

в) исследование

35. Одним из требований, предъявляемых к товарной информации, является...

- а) доступность
- б) дешевизна
- в) красочность

36. Знак, предназначенный для автоматизированных идентификаций и учета информации о товаре – это...

- а) клеймо
- б) штрихкод
- в) штамп

37. Назовите три вида товарной информации.

- а) основополагающая, словесная, потребительская
- б) основополагающая, коммерческая, потребительская
- в) словесная, цифровая, коммерческая

38. Какие требования не являются основными к товарной информации?

- а) достоверность
- б) доступность
- в) полнота
- г) обоснованность

39. Для чего предназначены средства товарной информации?

- а) для доведения сведений о товаре, его характеристиках до пользователей
- б) для оперативной работы контролирующих служб
- в) для быстрой выкладки товаров на прилавки

40. Какие документы включают в себя информационные ресурсы?

- а) нормативные и технические
- б) коммерческие и сопроводительные
- в) технические и сопроводительные

41. Что означает ПрМ?
- а) производственный маркетинг
 - б) производственный менеджмент
 - в) производственная маркировка
 - г) произвольная маркировка
42. Какие документы имеют решающее значение при осуществлении контроля финансово-хозяйственной деятельности организации?
- а) товарно-накладные
 - б) товарно-сопроводительные
 - в) товарно-технические
43. Товарно-сопроводительные документы (ТСД) – это...
- а) документы, содержащие правила, принципы определенных видов деятельности
 - б) документы, содержащие необходимую и достаточную информацию для идентификации грузов на всем пути товародвижения
 - в) документы, содержащие необходимую информацию по эксплуатации отправленных грузов
44. На какие виды делятся товарно-сопроводительные документы?
- а) количественные, качественные, технические
 - б) количественные, качественные, расчетные, комплексные
 - в) расчетные, качественные
45. К количественным ТСД относятся:
- а) заборные листы
 - б) акты списания
 - в) накладные
46. Для чего предназначены количественные ТСД?
- а) для оформления соглашения о ценах, оплаты транспортных услуг
 - б) для передачи и хранения информации о количественных характеристиках товара

в) для предоставления информации о товаре изготовителем потребителю или продавцу

47. Для чего предназначены комплексные ТСД?

а) для передачи и хранения информации о количественных, качественных и стоимостных характеристиках товарных партий

б) для передачи информации о количественных, технических и номенклатурных характеристиках товарных партий

в) для передачи информации о качественных, эксплуатационных и стоимостных характеристиках товарных партий

48. Маркировка – это...

а) рисунок, нанесенный на товар или упаковку для быстрого распознавания торговой марки

б) рисунок, текст, нанесенный на товар для удобства его «раскрутки»

в) условные обозначения, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведение до сведения потребителя информации о производителе, качественных и количественных характеристиках товара

49. Что означает ИЗ?

а) идентификационный знак

б) информационный знак

в) индивидуальный знак

50. Чем определяются виды товарных знаков?

а) формой представленной в них информации

б) разделением потребителей на категории

в) идентификацией отдельных характеристик товаров

51. Какие типы оформления товарных знаков существуют?

а) фирменный знак и имя

б) фирменное имя и торговый знак

в) фирменный знак, фирменное имя и торговый знак

52. Экологические товарные знаки – это знаки, предназначенные для информирования...

- а) об эксплуатации товара
- б) об экологической чистоте товаров
- в) об экологически безопасных способах эксплуатации, использования, утилизации товаров
- г) о безопасности товаров для окружающей среды

53. В каком виде товарной информации представлены: потребительская ценность, состав, функциональное назначение, способ эксплуатации, надежность?

- а) основополагающая
- б) коммерческая;
- в) потребительская

54. Формы рациональной информационной насыщенности, исключаящие как неполную, так и измененную информацию?

- а) достоверность
- б) доступность
- в) достаточность

55. К производственным маркировкам не относят...

- а) этикетки
- б) ярлыки
- в) счета

56. К товарным маркировкам не относят:

- а) штампы
- б) ценники
- в) кассовые чеки

57. К расчетным ТСД не относят:

- а) сертификат соответствия
- б) счет-фактура
- в) протокол согласования цен

58. К качественным ТСД не относят:

- а) товарно-транспортную накладную
- б) сертификат соответствия
- в) акт списания

59. Штриховое кодирование относят к:

- а) товарным ИЗ
- б) предупредительным ИЗ
- в) эксплуатационным ИЗ

60. Сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для поставщиков, посредников и продавцов – это...

- а) дополнительная товарная информация
- б) коммерческая товарная информация
- в) основополагающая товарная информация

61. Как называются документы, содержащие правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности и доступные широкому кругу пользователей?

- а) эксплуатационные документы
- б) информационные документы
- в) нормативные документы

62. Какие документы предназначены для передачи и хранения информации о количественных характеристиках товара?

- а) товарно-сопроводительные документы
- б) технические условия
- в) технические документы

63. Товарный знак, обозначающий собственность фирмы?

- а) R
- б) С
- в) Р

64. Firmenный знак выражается в виде:

- а) символа или рисунка
- б) слов или букв

в) штрихового кодирования

65. По виду собственности владельца товарные знаки классифицируют:

- а) на индивидуальные и коллективные
- б) на коммерческие и муниципальные
- в) на фирменные и стандартные

66. К товарным знакам по форме предоставления товарной информации относятся:

- а) индивидуальные, коллективные
- б) словесные, буквенные, цифровые
- в) объемные, изобразительные, комбинированные
- г) ассортиментные, видовые, марочные

67. Фирменный товарный знак предназначен для ...

- а) идентификации изготовителя товара или услуги
- б) учета количества готового продукта
- в) правил торговли

68. В течение какого срока продавец обязан заменить товар в случае обнаружения потребителем недостатков товара?

- а) 7 дней
- б) 14 дней
- в) 3 дня

69. Какой вид товарной информации объединяет в себе основные сведения о товаре, предназначенные для всех субъектов рынка?

- а) коммерческая
- б) потребительская
- в) основополагающая

70. К основным требованиям, предъявляемым к товарной информации, не относятся...

- а) достоверность
- б) доступность
- в) непрерывность

ПР в системе менеджмента

1. Знание особенностей «теории общения» применительно к ПР позволяет:
 - а) сформировать положительный микроклимат в коллективе
 - б) наладить взаимоотношения с партнерами
 - в) установить эффективные связи со СМИ

2. Одна из наиболее часто встречающихся причин неблагоприятной, напряженной обстановки в коллективе?
 - а) несвоевременное повышение зарплаты в связи с инфляцией
 - б) неоплата «сверхурочных» и работы в выходные
 - в) недостаточная информированность работников о действиях руководства

3. Что является следствием нездоровой моральной обстановки в коллективе?
 - а) снятие руководства
 - б) сплетни, конфликты
 - в) отмена премии

4. Какую реально существующую проблему не всегда учитывают руководители?
 - а) отсутствие опыта работы у новых сотрудников
 - б) несоответствие возраста и профессиональных навыков
 - в) несовместимости характеров

5. Одно из направлений управленческой деятельности, получившее активное развитие в нашей стране в последнее десятилетие?
 - а) управление инновационными проектами
 - б) управление кризисными ситуациями
 - в) финансовое управление

6. От чего зависит реакция людей на действия организации во время чрезвычайной ситуации?
 - а) от поддержки властями
 - б) от имиджа организации в окружающем мире

в) от сумм компенсаций пострадавшим

7. Причинами снижения или потери авторитета предприятием, организацией или фирмой являются...

- а) стремление завуалировать свои действия от партнеров
- б) введение в заблуждение путем предоставления недостоверной информации
- в) отсутствие налаженных контактов со СМИ и игнорирование запросов с их стороны

8. Находясь в дискомфортном экономическом состоянии многие организации...

- а) ищут поддержку у влиятельных лиц
- б) внушают общественности мысль о своей благонадежности
- в) оперативно ищут пути решения

9. Какие первостепенные задачи, которые призвана решить организация в сложной для ситуации с помощью специалистов ПР?

- а) знать общественное мнение по поводу предлагаемых решений и осуществляемых действий
- б) ужесточить контроль во избежание утечки конфиденциальной информации
- в) информировать общественность о действиях, которые принимаются для выхода из кризиса

10. Отказ от общения с журналистами в условиях кризиса способствует...

- а) сохранению равновесия, спокойствия в общественном сознании
- б) ухудшению репутации организации
- в) интерпретации журналистами фактов по-своему

11. Создание хорошего микроклимата в коллективе возможно, если:

- а) руководитель и подчиненные в хороших отношениях

- б) поводы для недовольства становятся предметом гласного обсуждения
- в) специалист ПР имеет открытый доступ к первому руководителю

12. Работа кризисного менеджера всегда носит...

- а) психологический характер
- б) новаторский характер
- в) эмоциональный характер

13. Установите очередность составляющих структуры конфликта.

- а) кризис
- б) непонимание
- в) напряжение
- г) инцидент
- д) дискомфорт

14. Установите очередность в схеме развития событий в обычной кризисной ситуации.

- а) недостаток информации
- б) потеря контроля
- в) неожиданность возникновения кризиса
- г) паника
- д) усиление внешнего контроля над компанией
- е) нагнетание обстановки
- ж) блокирование работы компании

15. На какой стадии конфликта участники начинают формировать негативный имидж друг друга?

- а) напряжение
- б) кризис
- в) непонимание
- г) дискомфорт

16. К видам сложных ситуаций относят:

- а) ситуацию «вероятного дискомфорта»
- б) ситуацию «непреднамеренного банкротства»

- в) ситуацию «вероятного провала»
- г) ситуацию «непреднамеренного провала»
- д) ситуацию «непреднамеренного дискомфорта»

17. Как называется ситуация, когда принимаемые решения ввиду их прогнозируемой непопулярности грозят ухудшением имиджа компании?

- а) ситуацию «вероятного дискомфорта»
- б) ситуацию «непреднамеренного банкротства»
- в) ситуацию «вероятного провала»
- г) ситуацию «непреднамеренного провала»
- д) ситуацию «непреднамеренного дискомфорта»

18. Какая ситуация воспринимается как более сложная, прежде всего, психологически?

- а) ситуацию «вероятного дискомфорта»
- б) ситуацию «непреднамеренного банкротства»
- в) ситуацию «вероятного провала»
- г) ситуацию «непреднамеренного провала»
- д) ситуацию «непреднамеренного дискомфорта»

19. Кто в крупных компаниях занимается поиском практического выхода из кризисной ситуации?

- а) отдел маркетинга
- б) руководство
- в) служба ПР

20. Какое сложное социальное действие поддается определенной структуризации?

- а) спор
- б) конфликт
- в) разногласие

21. Состояние, при котором появляется ощущение, что что-то не так?

- а) инцидент
- б) дискомфорт

в) непонимание

22. К ситуации непреднамеренного провала не относится:

а) катастрофа

б) экологическое бедствие

в) дефолт

23. Какой элемент не входит в структуру конфликта?

а) дискомфорт

б) непонимание

в) негативное отношение

24. Выберите положительные моменты работы собственной службы PR на предприятии.

а) посторонняя консультативная помощь

б) выделение денег для привлечения независимых служб PR

в) совместное решение проблем без привлечения руководства

Организационные формы управления PR

1. Сколько основных направлений содержит перечень типовых работ для работников служб PR?

а) 5

б) 6

в) 7

2. Представлениями о чем должен обладать PR-менеджер?

а) о практике СМИ

б) об особенностях управления

в) о содержании основных правовых актов, регламентирующих деятельность организации

3. С кем служба PR осуществляет работу по оценке имиджа, товарного знака организации?

а) с партнерами

б) с персоналом

в) с руководством

4. Какое из направлений деятельности службы ПР не входит в работу с сотрудниками фирмы?

- а) разработка и выполнение фирменных стандартов
- б) участие в подборе персонала
- в) определение имиджа фирмы

5. Перечень типовых работ для служб ПР не предусматривает совместные действия...

- а) с прессой
- б) с клиентами
- в) с конкурентами
- г) с государственной властью
- д) с партнерами

6. По каким из показателей оценивается работа службы ПР?

- а) расширение круга деловых контактов с целевой и собственной аудиторией
- б) увеличение числа позитивных материалов в СМИ и привлечение инвесторов
- в) развитие активных связей со СМИ, общественными кругами и властными структурами

7. Виды информации?

- а) первичная
- б) вторичная
- в) сопутствующая

8. К требованиям, предъявляемым к управленческой информации, не относится...

- а) адресность
- б) своевременность
- в) компетентность

Планирование и организация проведения ПР. Мероприятия ПР

1. Цель ПР – кампании?
 - а) убедить людей изменить свое мнение по какому-либо поводу
 - б) создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение потребителей
 - в) ликвидация конфликтов, недоразумений, борьба с нежелательными слухами относительно организации и ее деятельности

2. Беседа в форме вопросов-ответов, между человеком, владеющим информацией, и журналистом?
 - а) анкетирование
 - б) интервью
 - в) репортаж
 - г) опрос

3. Какая классификация не имеет отношения к аукционам?
 - а) внутренние и международные
 - б) открытые и закрытые
 - в) простые и косвенные

4. Где впервые возникли ярмарки?
 - а) в Китае
 - б) Древней Индии
 - в) Средневековой Европе

5. Как называется аукцион, на котором ведущие торги аукционисты называют очередную цену, а покупатели поднятием номеров выражают свое согласие с ней?
 - а) открытый аукцион
 - б) расширенный аукцион
 - в) свободный аукцион

6. Один из способов приватизации государственных и муниципальных предприятий?

- а) внутренний аукцион
- б) открытый аукцион
- в) валютный аукцион

7. В каком году была организована первая промышленная выставка в России?

- а) в 1829
- б) в 1831
- в) в 1827

8. Что не относится к основным направлениям спонсирования?

- а) экология
- б) политика
- в) наука

9. Публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека – это...

- а) ярмарка
- б) выставка
- в) аукцион

10. В результате благотворительной деятельности предпринимателей в России появились...

- а) Московский художественный театр
- б) Эрмитаж
- в) Третьяковская галерея
- г) усадьба Абрамцево

11. Сколько основных целей существует у мероприятий паблик рилейшнз?

- а) 2
- б) 3
- в) 4
- г) 5

12. Сколько всего насчитывается мероприятий паблик рилейшнз?
- а) больше 20
 - б) больше 100
 - в) больше 300
 - г) больше 400
13. Что такое «презентация»?
- а) инструктаж о том, как пользоваться товаром
 - б) представление какой-либо фирмы, лица, продукции
 - в) участие в мероприятии, где вы являетесь спонсором
 - г) празднование чего-либо
14. В каком случае презентация будет более эффективной?
- а) если пригласить журналистов
 - б) если пригласить известных людей
 - в) если пригласить фотографов
15. В какое время проводится презентация?
- а) в первой половине дня
 - б) во второй половине дня
 - в) вечером
16. Какая часть презентации является более значимой?
- а) официальная
 - б) неофициальная
 - в) заключительная
17. Почему «круглый стол» является одним из наиболее эффективных способов влияния на общественное мнение?
- а) т.к. в нем участвуют представители противоположных точек зрения
 - б) т.к. коллективному выводу сознание доверяет больше
 - в) т.к. в ходе обсуждения разными специалистами решаются сразу несколько проблем
18. Пресс-конференция – это...
- а) процесс обсуждения проблемы

- б) инструктаж
- в) встреча представителя организации с журналистами

19. Кто, прежде всего, заинтересован в проведении пресс-конференции ?

- а) журналисты
- б) организации-устроители
- в) органы, контролирующие деятельность организации

20. Обязательно ли факты, выносимые на пресс-конференцию, должны быть положительными?

- а) да
- б) нет
- в) зависит от ситуации

21. О планируемой пресс-конференции заинтересованных лиц нужно предупредить...

- а) за 3 дня
- б) за 5 дней
- в) за 7 дней
- г) за 14 дней

22. Соотнесите мероприятия PR и их применение.

- а) круглый стол
- б) брифинг
- в) пресс-конференции

1. встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий сезон

2. очередной выпуск программы «Времена» Познера, обсуждение вопроса о политических партиях

3. встреча представителей управления образования и санэпидемстанции с журналистами по проблеме отравлений в общеобразовательных учреждениях

23. Система методов и приемов воздействия на партнера с целью результативности общения?

- а) демократический стиль общения

- б) целевой стиль общения
- в) деловой стиль общения

24. Расположите в правильном порядке организационную работу по подготовке приема.

- а) составление списка гостей и рассылка приглашений
- б) составление меню
- в) написание сценария
- г) определение формы приема
- д) подготовка речи и определение очередности выступающих

25. Обед-буфет, коктейль, фуршет – это...

- а) вечерний вид приема
- б) дневной вид приема
- в) прием по случаю торжественной даты

26. Наиболее простой формой приема является –

- а) обед-ужин
- б) фуршет
- в) бокал шампанского

27. Что буквально означает слово «брифинг»?

- а) рекомендация
- б) извещение
- в) оповещение
- г) инструктаж

28. Какова цель брифинга?

- а) обсудить с журналистами текущие события
- б) дать объяснение происшедшему, его причинам
- в) рассказать о планируемых мероприятиях в связи с каким-то праздником

29. Как называется мероприятие ПР, в рамках которого все желающие могут ознакомиться с деятельностью организации?

- а) презентация
- б) аукцион

- в) день открытых дверей
- г) открытые торги

30. С чем связано имя Саввы Мамонтова?
- а) с Московским художественным театром
 - б) с Эрмитажем
 - в) с Третьяковской галереей
 - г) с усадьбой Абрамцево

31. Благотворительные пожертвования, полученные благотворительными организациями в денежной форме, должны быть направлены на благотворительные цели в объеме ...
- а) не менее 45 %
 - б) не менее 50 %
 - в) не менее 80%

32. Как называется деятельность, которая осуществляется на безвозмездной основе и не предполагает финансовых и прочих обязательств со стороны получающих поддержку?
- а) патронаж
 - б) спонсорство
 - в) благотворительность

33. Первая выставка в Европе была организована:
- а) в 13 веке
 - б) в 15 веке
 - в) в 16 веке

34. Что является основным прибором сервировки стола на «банкете-фуршете»?
- а) вилка
 - б) ложка
 - в) нож

35. Продолжительность банкета за столом с полным обслуживанием составляет...
- а) 1,5 – 2 часа

- б) 3 часа
- в) время не ограничено

36. Первое упоминание о благотворительности относится:

- а) к 8 веку
- б) к 9 веку
- в) к 10 веку

37. На различных встречах и приемах первыми приветствуют:

- а) присутствующие - входящего
- б) входящий – присутствующих
- в) опоздавший – ожидающих
- г) ожидающий – опоздавшего
- д) младший по возрасту, но старший по званию – старшего по возрасту, но младшего по званию

38. Что нужно сделать, получив на какой-либо деловой встрече визитную карточку?

- а) постараться запомнить, указанные в ней данные
- б) прочитать вслух имя и отчество вручившего
- в) отметить на ней, где сидит этот человек

39. Если у входа в служебное помещение оказались начальник, его заместитель и женщина, кто по правилам этикета может открыть дверь?

- а) тот, кто к ней ближе
- б) настоящий джентльмен
- в) начальник, пропуская своих подчиненных

40. Сколько вопросов рекомендует задавать протокольный отдел МИДа, договариваясь о встрече делегации по телефону?

- а) 3
- б) 4
- в) 5
- г) 6

41. Как называется прием, устраиваемый в определенный день недели в промежутке между 12 и 13 часами, приглашение на который рассылается в начале сезона и действует до его окончания?

- а) обед
- б) журфикс
- в) бокал вина

42. Какой период охватывает долгосрочное планирование для систем предпринимательского сектора?

- а) 3 года
- б) 4 года
- в) 5 и более лет

43. Какой период охватывает оперативное планирование для систем предпринимательского сектора?

- а) до 1 года
- б) больше 1 года
- в) 3 года

44. Основная функция планирования ПР?

- а) прогностическая
- б) консультативная
- в) моделирование будущих изменений социально-экономической системы и ее среды

45. В каком случае структура плана может подлежать корректировке?

- а) в случае изменений условий окружающей среды
- б) в случае изменения потребительской аудитории
- в) при повышении цен

ПР и СМИ

1. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это...
 - а) репортаж
 - б) пресс-релиз
 - в) интервью

2. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?
 - а) аналитические материалы
 - б) коммерческую информацию
 - в) новости

3. Главное требование к пресс-релизу?
 - а) наличие заголовка
 - б) наличие общественно-значимого факта
 - в) наличие аналитики
 - г) наличие коммерческой информации

4. ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» был принят Государственной Думой...
 - а) в 1995 году
 - б) в 1998 году
 - в) в 2000 году

5. Когда вступил в силу закон о СМИ?
 - а) в январе 1991 года
 - б) в феврале 1992 года
 - в) в январе 1990 года

6. Как называются организации, собирающие и, как правило, на платной основе, обеспечивающие новостями СМИ, государственные, общественные и коммерческие учреждения?
 - а) институты общественного мнения
 - б) информационные агентства
 - в) службы мониторинга

7. Как называлась газета, появившаяся в свет при Петре Первом?
- а) «Вестник»
 - б) «Ведомости»
 - в) «Известия»
8. Какое условие является обязательным при составлении пресс-релиза?
- а) наличие новостей каждого района
 - б) наличие заголовка
 - в) наличие фамилии автора
9. Чему были посвящены первые газеты?
- а) правительственным новостям
 - б) объявлениям
 - в) интересным событиям
10. В каком году Цай Лунь изготовил первый лист бумаги?
- а) 105 н.э.
 - б) 115 н.э.
 - в) 205 н.э.
11. В каком году в Италии стали впервые делать бумагу?
- а) 1276 г
 - б) 1376 г
 - в) 1235 г
12. Где в 1348 году была построена первая бумажная мельница?
- а) Англия
 - б) Испания
 - в) Франция
13. До конца 18 века почти вся бумага делалась из...
- а) льняного и хлопкового тряпья
 - б) древесной коры
 - в) листьев кукурузных початков

14. Кто в 1800 году построил первую бумажную фабрику, способную выпускать бумагу из древесины и соломы?

- а) Стрейндж
- б) Кукс
- в) Шеффер

15. Производство чего в настоящее время делается из тряпичной ветоши?

- а) газеты
- б) открытки
- в) денежные купюры

16. Соотнесите, из какого языка происходит слово «газета» и что оно обозначает.

- | | |
|-----------------|----------------------------|
| а) немецкого | 1. листок бумаги |
| б) итальянского | 2. листок новостей |
| в) французского | 3. мелкая разменная монета |

17. Особенность репортажа заключается в...

- а) справедливости
- б) событийности
- в) точности

18. Одной из основных характеристик репортажа является...

- а) наличие проблемы
- б) наличие комментатора
- в) оперативность

19. К какому виду относится репортаж, транслируемый в эфир в момент совершения каких-то действий или событий?

- а) фиксированный
- б) прямой
- в) синхронный
- г) оперативный
- д) событийный

20. Функции телевидения?

- а) мобилизационная
- б) психологическая
- в) развлекательная
- г) инновационная

21. В каком году началось телевизионное вещание в СССР?

- а) в 1931
- б) в 1940
- в) в 1945

22. Кто является «отцом» современного телевидения?

- а) Смирнов
- б) Попов
- в) Розинг

23. Кому принадлежит заслуга введения в обиход термина «телевидение»?

- а) П.И. Бахметьеву
- б) К.Д. Перскому
- в) А.Г. Столетову

24. Когда телевидение начало свое регулярное вещание?

- а) 1 октября
- б) 1 ноября
- в) 1 декабря

25. Основные способы передачи телевизионной информации?

- а) повременной
- б) фрагментарный
- в) последовательный

26. Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям?

- а) инновационная
- б) информационная
- в) развлекательная
- г) мобилизационная

д) организационная

27. Какая дата считается днем создания радио?

- а) 5 мая 1885
- б) 7 мая 1895
- в) 12 мая 1895

28. Какой вид СМИ характеризуется широким охватом, высокими «проникающими» способностями и высокой частотой контакта?

- а) ТВ
- б) журнал
- в) радио

29. Основной строительный материал радиопередач?

- а) записи
- б) слово
- в) звук
- г) музыка

30. Первым видом информации распространявшейся в сети была...

- а) переписка
- б) заметки о важных событиях дня
- в) документы, описывавшие устройство и эксплуатацию Интернета

31. В каком году был установлен первый интерфейс?

- а) в 1940
- б) в 1969
- в) в 1985

32. Что послужило причиной подписания президентом США Эйзенхауэром документа о создании Агентства по перспективным научным проектам и исследованиям (DARPA)?

- а) достижения в области научно-технического прогресса
- б) запуск Советским Союзом первого искусственного спутника Земли

в) разработка ракетных носителей для доставки ядерного и водородного оружия

33. Система NORAD рассматривалась как...

- а) система связи между научно-исследовательскими центрами и крупнейшими университетами
- б) система для оперативного обмена информацией между учеными, занимающимися важными проблемами
- в) система раннего оповещения о пусках ракет

34. Кто в октябре 1972 года организовал большую демонстрацию ARPANET на Международной конференции по компьютерным коммуникациям?

- а) Роберт Канн
- б) С. Крокер
- в) Дуг Энгельбарт

35. В каком году появился e-mail?

- а) 1972
- б) 1970
- в) 1957

36. Когда Интернет начали использовать для повседневных компьютерных коммуникаций люди разных категорий?

- а) с первого дня создания «Интернета»
- б) к 1985 году
- в) к 1988 году

37. Совет по развитию «Интернет» появился ...

- а) в 1972 году
- б) в 1982 году
- в) в 1992 году

38. Кем 24 октября 1995 года была одобрена резолюция, определяющая термин «Интернет»?

- а) Советом по конфигурационному управлению Интернетом
- б) Советом по развитию «Интернет»
- в) Федеральным сетевым советом

ПР в политике

1. В основе взаимодействия общества и власти лежит принцип...
 - а) открытости
 - б) коллективной ответственности
 - в) взаимоуважения

2. Бывший спичрайтер Горбачева?
 - а) Александр Бовин
 - б) Людмила Пихоя
 - в) Алексей Пушков

3. Решение о выборах депутатов ГосДумы нового созыва должно быть принято не позднее, чем...
 - а) за 60 дней
 - б) за 80 дней
 - в) за 90 дней

4. Днем голосования является...
 - а) случайная дата
 - б) первое воскресенье месяца
 - в) дата, назначенная президентом

5. Лоббирование – это...
 - а) процесс влияния заинтересованных лиц на поставщиков с целью снижения оптовых цен
 - б) процесс влияния коллектива на представителей профсоюза своей организации с целью получения отчета о потраченных руководством средствах
 - в) процесс влияния заинтересованных лиц, групп на принятие решения властными структурами

6. С какой страной связана история лоббирования?
 - а) с Германией
 - б) с Россией
 - в) с Англией
 - г) с США

7. Лоббирование с греческого –
- а) коридоры
 - б) лабиринты
 - в) перекрестки
8. Главная проблема лоббирования?
- а) отсутствие законодательной базы
 - б) отсутствие специалистов в этой области
 - в) отсутствие потребителей
9. Выделяют два основных направления влияния бизнеса на правительственные круги и законодательную власть – легальные и ...
- а) криминальные
 - б) экономические
 - в) социальные
10. С какого президента США началась история лоббирования?
- а) Гранда
 - б) Эйзенхауэра
 - в) Кеннеди
1. Кто такой спичрайтер?
- а) журналист
 - б) депутат
 - в) речеписец
 - г) оратор
 - д) демагог
2. В Австрии участие в голосовании на выборах является обязательным, а неучастие...
- а) административно наказуемым
 - б) уголовно наказуемым
 - в) безнаказанным

13. Автор выражения: «Самой эффективной является такая власть, которая получает одобрение свободного человека»?
- а) Сэм Блэк
 - б) Аристотель
 - в) Эдгар Аллен
14. Устройство гармоничного общества, в котором реализовывались бы интересы всех его членов – цель...
- а) бизнеса
 - б) гражданского общества
 - в) политики
15. В соответствии с Конституцией РФ в Государственную Думу Федерального Собрания РФ избирается...
- а) 445 депутатов
 - б) 450 депутатов
 - в) 455 депутатов
16. Со сколько лет гражданин РФ имеет право на голос?
- а) 14
 - б) 18
 - в) 21
17. На территории каждого избирательного участка должно быть зарегистрировано ...
- а) не менее 3 000 избирателей
 - б) не более 3 000 избирателей
 - в) не более 3 000 избирателей
18. Чем, как правило, занят спиндоктор?
- а) созданием благоприятного имиджа
 - б) исправлением освещения события
 - в) написанием политических речей
19. Что означает слово «спин»?
- а) создание, становление
 - б) верчение, кружение

- в) изображение, начертание
20. К типам работы спиндоктора относятся:
- а) организация ожиданий до наступления самого события
 - б) помощь руководству в проведении события и отборе представителей СМИ
 - в) исправление проблемы после того, как интервью получило неправильное освещение
21. Какого типа использования «спина» не существует?
- а) до-спин
 - б) после-спин
 - в) торнадо-спин
 - г) контроль-спин
22. Логичность изложения речей обеспечивает...
- а) умение мыслить
 - б) умение говорить
 - в) умение анализировать
23. Носителями какого типа речевой культуры является большинство образованного населения РФ?
- а) фамильярный
 - б) элитарный
 - в) среднелитературный
24. Пресс-карта – это...
- а) информационная база данных
 - б) историческая справка
 - в) биография
25. Байклайнер – это...
- а) информационная база данных
 - б) авторская статья для печати в прессе
 - в) вопросы-ответы
26. Кейс-история – это...

- а) факт-лист
- б) сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы
- в) авторская статья для печати в прессе

27. Медиакит – это...

- а) пакет документов и материалов для СМИ
- б) пресс-релиз
- в) фоновый материал

Реклама в системе ПР

1. Тестемониум –

- а) полный цикл услуг
- б) форма рекламы, использующая авторитет популярной личности
- в) исключительное право на использование публикаций и продажу содержания и формы литературных, музыкальных и художественных произведений

2. Выбор медиаканалов в первую очередь зависит от ...

- а) бюджета рекламной компании
- б) цели рекламной компании
- в) потенциальных клиентов

3. Главное отличие PR от рекламы в том, что ...

- а) PR ориентирован на продвижение на рынке
- б) PR ориентирован на продвижение в обществе
- в) PR ориентирован на продвижение товара
- г) PR ориентирован на продвижение идеи

4. Рекламная кампания – это...

- а) комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, разрабатываемых для достижения стратегических целей и решения проблем предприятия
- б) комплекс объединенных участков, каналы и приемы коммуникаций организаций, направленные на определение

целевых установок, которые в конечном итоге способствуют достижению маркетинговой цели

- в) система связей с общественностью, предполагающая многократную деятельность по улучшению взаимоотношений между организацией и общественностью

5. Разработка стратегии рекламной кампании – это...

- а) изучение рынка с точки зрения поведения покупателей, анализ положения
- б) разработка общего комплекса рекламных мероприятий, направленного на достижения целей рекламной кампании

6. Какой принцип не играет роли при классификации рекламных кампаний?

- а) географический
- б) использование типов СМИ
- в) выбору целевой аудитории
- г) демографический
- д) целевой

7. Расположите в правильном порядке этапы рекламной кампании.

- а) разработка рекламных материалов
- б) анализ эффективности рекламных кампаний
- в) предварительные исследования
- г) медиапланирование и оптимизация
- д) реализация разработанной программы
- е) разработка стратегии

8. Что включает в себя один из этапов рекламных кампаний – разработка рекламных материалов?

- а) размещение макетов в прессе и в наружной рекламе, написание статей, изготовление Интернет-баннеров, аудио- и видеороликов, раздаточных материалов, промоформы
- б) изучение маркетинговой активности конкурентов
- в) осуществление контроля за качеством и своевременностью выхода материалов

9. Выберите правильные виды рекламных кампаний по целевому принципу.

- а) федеральные
- б) «мономедийные»
- в) массовые
- г) информационные кампании

10. Является ли PR одним из средств рекламы?

- а) да
- б) нет
- в) реклама и PR не имеют ничего общего

11. Жалон –

- а) специальное рекламное агентство, работающее в паре с арт-директором
- б) рекламный носитель в местах продаж, предназначенный для посредников и представляет собой лист картона с изображением товара
- в) транспарант – растяжка на городских улицах

12. Моста –

- а) бесплатная раздача образцов продвигаемого товара
- б) образец товара, посылаемый покупателям для предварительного ознакомления
- в) определенная часть исследуемой аудитории, по которой можно получить представление об аудитории в целом

13. Фулл-сервис –

- а) рекламное мероприятие по формированию спроса и предложения
- б) полный цикл услуг
- в) розничная торговля

14. BTL –

- а) дегустация, раздача образцов
- б) использование одного медиаканала
- в) непосредственное участие в съемках рекламы

15. Комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых за пределами страны рекламодача – это...

- а) Международная рекламная кампания
- б) передача прав на использование марки
- в) рекламная кампания.

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ

ПРЕДМЕТ, СТРУКТУРА, ФУНКЦИИ, ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ПР

Номер вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Правильный ответ	в	в	б	в	б	в	б	в	в	в	а
Номер вопроса	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Правильный ответ	в	в	а	б	в	а2, б1, в3	б	в	а	б	б
Номер вопроса	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
Правильный ответ	б	а	б	б	в	б	в	а	в	в	в
Номер вопроса	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
Правильный ответ	б	в	а	б	а	в	б, в	а	б	а	в

Номер вопроса	45	46	47	48	49	50
Правильный ответ	б	а	б	б, в	б	б

ПР И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

Номер вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Правильный ответ	а	в	б	а	в	б	б	а	а, б, в	в	а	б

Номер вопроса	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Правильный ответ	а, б	в	б	а	в	б	в	в	а	б	а

ПР В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Номер Вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Правильный Ответ	в	б	б	в	б	б	в	а	б	в
Номер Вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Правильный ответ	б	а, б	б	а	б	а	а	б	а	а
Номер	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Вопроса										
Правильный ответ	б	б	1б, 2в, 3а	а, б, в	а, г	а, б	в	а, в	в	а, б, д
Номер Вопроса	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
Правильный Ответ	в	а, в, г	а	в	а	б	б	в, г	а	а
Номер Вопроса	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
Правильный Ответ	в	б	б	б	а	б	а	в	б	а
Номер Вопроса	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Правильный Ответ	в	б, в	в	в	в	а	а	а	в	б
Номер Вопроса	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
Правильный ответ	в	а	б	а	а	б, в	а	а	в	в

ПР В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА

Номер Вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Правильный Ответ	а	в	б	в	б	б	а, б	б	а, в	б, в	б, в	б
Номер Вопроса	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Правильный ответ	д, г, б, в, а	в, а, е, б, д, ж, г	в	а, г	а	г	в	б	б	в	в	в

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПР

Номер Вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8
Правильный ответ	б	а, б, в	в	в	г	а, в	а, б	в

**ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПР.
МЕРОПРИЯТИЯ ПР**

Номер Вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Правильный Ответ	а, б	Б	в	в	а	в	а	б	б	а, в, г
Номер Вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Правильный Ответ	г	Г	б	б	б	б	б	в	б	б
Номер Вопроса	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Правильный Ответ	в	1в, 2а, 3б	в	г, в, а, д, б	а	в	г	б	в	г
Номер Вопроса	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
Правильный Ответ	в	В	в	а	а	в	б, в	б	а, б, в	г

Номер Вопроса	41	42	43	44	45
Правильный ответ	б	в	А	в	а

ПР И СМИ

Номер Вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Правильный Ответ	б	в	Б	а	б	б	Б	б	а	А
Номер Вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Правильный Ответ	а	в	А	б	в	3б	Б	в	б	а, г
Номер Вопроса	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Правильный ответ	а	в	Б	а	б, в	г	Б	в	б	В

Номер Вопроса	31	32	33	34	35	36	37	38
Правильный ответ	б	б	В	а	а	б	в	в

ПР В ПОЛИТИКЕ

Номер Вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Правильный Ответ	б	в	в	Б	в	г	а	а	а	а	в	а	в	В

Номер Вопроса	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
Правильный ответ	б	б	Б	б	б	а, в	Г	а	в	а	б	б	а

РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ ПР

Номер Вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Правильный ответ	б	б	б	А	б	г	в, е, Г, а, д, б	а	г	а	б	б	б	а	а

Составитель:
Юлия Владимировна ЧЕРНОВА

Рецензент:
Наталья Николаевна ЕГОРОВА

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Тесты для самостоятельной работы
студентов специальности
100103 (230500) «Социально-культурный сервис и туризм»

Сверстано в филиале ГУ КузГТУ в г. Прокопьевске
653033, ул. Ноградская, 19а
Редактор: Е.В. Заболотникова

Отпечатано в ОАО «Новокузнецкий полиграфкомбинат»
654005, ул. Орджоникидзе, 11.
Подписано в печать . Печать офсетная.
Формат 60x84 1/16. Объем 3,6 п.л. Заказ . Тираж 30