

## «Связи с общественностью (PR)»

Вопросы и ответы из теста по [Связям с общественностью \(PR\)](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 115

Тест по предмету «Связи с общественностью» (Public Relations, PR, паблик рилейшнз).

---

1. «Зеленый документ», выпускаемый парламентом Великобритании, — это:
  - **дискуссионный документ, предшествующий выпуску законопроекта**
2. А. Пейдж при поступлении в качестве пиэремена в американскую копорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР
  - **А. Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании**
3. В «Декларации о принципах» были сформулированы:
  - **основы взаимоотношений с прессой**
4. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:
  - **может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму**
5. В начале XX в. «отец ПР» А. Ли определил основные объекты ПР-деятельности, в числе которых он особо выделил:
  - **целевые группы общественности и лидеров общественного мнения**
6. Ведущая роль СМИ в формировании общественного мнения отражается в их характеристике как:
  - **«четвертой власти»**
7. Влияние заинтересованных групп на принятие решений властными структурами — это:
  - **лоббирование**
8. Внутреннее видео может использоваться в организации для:
  - **сближения персонала и менеджмента**
9. Для ведения работы с общественностью в США в период I мировой войны был создан контингент «четырёхминутчиков», это были ...
  - **добровольцы-ораторы с четырехминутным сообщением новостей**
10. Зарождение основ паблик рилейшнз в ходе борьбы за независимость США было связано с:
  - **стремлением американских политических руководителей апеллировать к общественному мнению**
11. Из перечисленного, в основе разработки бюджета ПР-программы лежат:
  - **курс национальной валюты**
  - **оценка уровня ресурсов**
12. Из перечисленного, занятые, как правило, хотят, чтобы коммуникации доносили до них:
  - **значение изменений организации для занятых персонально**
  - **что должно произойти с организацией**
13. Из перечисленного, к видам конференции, проводимой организацией, относятся:
  - **научная**
  - **практическая**



14. Из перечисленного, к задачам PR относятся:

- **определение рекомендаций по созданию и совершенствованию имиджа организации**
- **улучшение взаимопонимания между организацией и контактными аудиториями**

15. Из перечисленного, к задачам специалистов по отношениям с государством можно отнести:

- **влияние на законодательство, затрагивающее деятельность организации**
- **улучшение коммуникаций государственными ведомствами**

16. Из перечисленного, к личностным качествам специалиста по публичным отношениям относятся:

- **интуиция**
- **способность к анализу**
- **способность творчески мыслить**

17. Из перечисленного, к методам оценки PR-компаний относятся:

- **замеры продаж**
- **контент-анализ СМИ**

18. Из перечисленного, к общим правилам отношений со СМИ относятся:

- **гибкость и адаптивность к ситуации**
- **предоставление СМИ одного голоса**

19. Из перечисленного, к правилам построения коммуникаций с занятыми относятся:

- **последовательность и регулярность коммуникаций**
- **регулярное исследование отношения занятых к менеджменту**

20. Из перечисленного, к числу дневных приемов относятся:

- **бокал вина**
- **завтрак**

21. Из перечисленного, к числу направлений PR-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- **мероприятия по защите окружающей среды**
- **участие в программах городского развития**

22. Из перечисленного, к числу начальных методов, используемых первыми PR-фирмами, относятся:

- **метод сбора фактов**
- **установление личных контактов**

23. Из перечисленного, к числу основных характеристик отношений с инвесторами можно отнести:

- **систематичность**
- **целенаправленность**

24. Из перечисленного, к числу препятствий, возникающих в отношениях между организацией и консалтинговой PR-фирмой относятся:

- **внутреннее сопротивление новым идеям**
- **высокая стоимость услуг**

25. Из перечисленного, коммуникативные средства, необходимые в первую очередь для любой организации:

- **заметки-записки**
- **устные коммуникации**

26. Из перечисленного, необходимость обращения в специализированные PR-фирмы обусловлена:

- **необходимость консультации независимого PR-специалиста**
- **реализация масштабных проектов, связанных с зарубежным бизнесом**



27. Из перечисленного, совмещение работы штатных и внешних PR-специалистов возможно в случаях:

- **внешний консультант располагает специфическим опытом**
- **организация перемещается в новый регион**

28. Из перечисленного, участниками дней открытых дверей могут быть:

- **местная общественность**
- **представители СМИ**
- **члены семей занятых**

29. Из перечисленного, церемония открытия способствует решению проблем:

- **привлечение новых партнеров**
- **укрепление отношений с местной общественностью**

30. Из перечисленных видов публицистики, относятся к публицистическим сообщениям:

- **аналитическая**
- **информационная**
- **художественная**

31. Из перечисленных групп общественности, к финансовому сообществу можно отнести:

- **финансовые журналисты**
- **частные инвесторы**

32. Из перечисленных основных пунктов, организация успешного собрания акционеров предполагает выполнение:

- **речи менеджеров**
- **сессия вопросов и ответов**

33. Интервью — это:

- **беседа в форме вопросов и ответов**

34. К специфике отношений с местными органами власти можно отнести:

- **близость этих органов к организации и населению**

35. К характеристике массовой коммуникации можно отнести:

- **опосредованный характер**

36. Комитет общественной информации во главе Дж. Крилем был создан для:

- **мобилизации общественного мнения США в поддержку участия в I мировой войне**

37. Конференции занятых, представляющие возможность прямых коммуникаций, проводятся:

- **раз в год или полгода**

38. Кредо одного из создателей современных PR Айви Ли, касающееся отношений предпринимателя и публики, заключается в том, что ...

- **общественность необходимо информировать**

39. Крупнейшая в США правительственная PR-служба носит название:

- **информационное агентство США**

40. Лоббирование «у корней травы» означает:

- **широкомасштабное воздействие на законодателей с помощью местного населения**

41. Материал, входящий в типичный ежегодный отчет для занятых

- **обращение-письмо высшего руководства к персоналу**



42. Международная ассоциация паблик рилейшнз была основана в:

- **1955 году**

43. Наиболее эффективное лоббирование ведется:

- **отраслевыми ассоциациями**

44. Объем пресс-релиз составляет:

- **1 стр**

45. Одним из первых ПР-проектов в финансовой сфере стал «Займ свободы». Смысл этого мероприятия сводился к:

- **распространению облигаций для поддержания военных усилий США в I мировой войне**

46. Одним из элементов подготовки к проведению конференции является:

- **программа хода мероприятия**

47. Одно из наименований отделов палик рилейшнз

- **связи с местной общественностью**

48. Одной из предпосылок развития паблик рилейшнз стала идея так называемой «неценовой конкуренции товаров», ее суть заключается в:

- **увеличении спроса на товар благодаря не столько качеству, сколько общественному мнению о нем**

49. Определение: «Описание кампании, письмо к акционерам, финансовый обзор», — это средство финансовых коммуникаций ...

- **годовой отчет компании**

50. Опровержение ложных слухов в организации достигается:

- **прямым официальным заявлением**

51. Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:

- **20 минут**

52. Основной недостаток подчинения ПР-отдела одному из функциональных подразделений, а не руководству организации состоит том, что ...

- **теряется возможность поддерживать доверие общественности не к одному подразделению, а ко всей организации**

53. Офис разбора претензий является подразделением

- **компании, работающей с потребителями**

54. Оценка результативности ПР-деятельности позволяет ответить на вопрос

- **обретено ли признание общественности?**

55. Первая печатная газета России — «Ведомости» вышла в:

- **1702 году**

56. Первая самостоятельная американская ПР-фирма имела название:

- **«Паблисити-бюро»**

57. Период, когда предпринимаются первые попытки воздействия на общественное мнение:

- **Античность**

58. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они

- **соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы**



59. Подготовка любого специального события начинается с:

- **определения цели акции**

60. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места

- **рядом с хозяевами**

61. Положение: «Планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью», — является определением

- **паблик рилейшнз**

62. Положение: «Систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий», — является определением понятия

- **массовая коммуникация**

63. Понятие «консьюмеристская философия» означает:

- **философию защиты интересов потребителей**

64. Понятие «промоушн» относится к сфере деятельности:

- **маркетинговых коммуникаций**

65. Последнее по времени появления средство массовой информации, широко применяемое в интересах PR

- **Интернет**

66. Построение внутриорганизационных коммуникаций определяется:

- **типом организации**

67. PR-отдел организации средних размеров может возглавлять:

- **вице-президент по связям с общественностью**

68. Превентивное информирование аудитории о выводе нового товара может вестись:

- **к моменту появления товара на рынке**

69. Презентация — это самостоятельная акция, которая может сочетаться с ...

- **приемом**

70. Презентация — это специальное мероприятие, предусматривающее ...

- **представление фирмы, лица, продукта**

71. Президент США Ф. Рузвельт в 30-е годы XX в. для укрепления своего имиджа

- **в радиобеседах «у камина» разъяснял населению суть своих реформ**

72. Пресс-конференция проводится:

- **для передачи информации по теме, которая вызовет вопросы журналистов**

73. Примерная продолжительность годового собрания акционеров может составить:

- **около двух часов**

74. Проведение дня открытых дверей требует:

- **подготовки сопровождающих для гостей**

75. Проведение личных встреч с потребителями позволяет организации

- **повысить эффективность коммуникаций**



76. Программа «Говори», проводимая компанией IBM США, предусматривает:

- **коммуникацию занятых с администрацией**

77. Развитие системы публичных отношений определялось рядом политических и экономических причин. Определяющее условие становления этой деятельности

- **формирование демократических основ общества**

78. Расширение информационной сети внутри организации позволяет сотрудникам

- **лучше ориентироваться в проблемах фирмы**

79. Роль PR-персонала в принятии стратегических решений определяется:

- **вхождением PR-специалиста в состав «руководящей команды»**

80. Рост значимости PR в XX веке обусловлен:

- **ростом зависимости деловой среды от общественности**

81. Росту доверия персонала к менеджменту способствуют:

- **своевременные и более четкие коммуникации**

82. Собрание акционеров проводится:

- **раз год**

83. Создание «занимательных историй» в целях продвижения товара на рынке предполагает разнообразие тематики. Предметом такой статьи может быть:

- **достижение продаж рекордной величины**

84. Создание подразделений по связям с общественностью в российских структурах относится к:

- **1990-м годам**

85. Специалист по отношениям с инвесторами должен обеспечивать получение акционерами следующей информации

- **аргументы в пользу приобретения или продажи акций компании**

86. Специальное событие — это мероприятие, проводимое компанией в целях ...

- **привлечения внимания к самой компании**

87. Среднегодовое количество пресс-релизов, подготовленных PR-сотрудниками американской корпорации АТТ, составляет:

- **108**

88. Средний размер PR-отдела большой корпорации составляет:

- **от 5 до 20 сотрудников**

89. Стратегический подход к планированию PR предполагает в качестве первого шага

- **оценку среды и целей организации**

90. Телевидение, осуществляя прямую трансляцию, обеспечивает коммуникативный эффект

- **присутствия**

91. Термин «монолитная идентичность» подразумевает, что ...

- **организация представляет одно лицо для всех отделений**

92. Термин «мягкое лоббирование» означает:

- **предварительное знакомство парламентария с представителями отрасли крупного бизнеса**

93. Термин «публичных отношений» был введен в:

- **1807 году**



94. Уникальность радио как средства массовой информации, активно используемого в интересах PR, обусловлена его:

- **общедоступностью**

95. Управленческая компетенция специалиста PR предполагает:

- **стратегическое мышление**

96. Управленческие публикации — это:

- **журналы для менеджеров**

97. Установите правильную последовательность выводов, содержащихся в отчете PR — фирмы-консультанта:

- 1) **выводы по изучению проблемной ситуации**
- 2) **общая цель программы действий**
- 3) **перспективный план достижения целей**
- 4) **оценка хода выполнения программы**
- 5) **кадровые планы и бюджет**

98. Установите правильную последовательность действий по установлению коммуникаций с персоналом:

- 1) **исследование отношений занятых к организации**
- 2) **анализ существующих форм коммуникаций**
- 3) **установление целей и стратегии коммуникаций с занятыми**
- 4) **разработка программы коммуникаций с персоналом**

99. Установите правильную последовательность действий, связанных с демократизацией управления:

- 1) **сокращение средних уровней управления**
- 2) **повышение ответственности занятых в принятии решения**
- 3) **увеличение нагрузки и ответственности на занятых**
- 4) **требования больших полномочий**
- 5) **делегирование полномочий сверху вниз**

100. Установите правильную последовательность структурных элементов публичных релейшнз:

- 1) **анализ проблемы**
- 2) **разработка программы**
- 3) **общение**
- 4) **исследование и оценка**

101. Установите правильную последовательность целей отношений с потребителями:

- 1) **привлечение новых потребителей**
- 2) **удержание старых потребителей**
- 3) **маркетинг новых предметов и услуг**
- 4) **проверка ведения рекламаций**
- 5) **сокращение затрат**

102. Установите правильную последовательность этапов презентации:

- 1) **представления руководителей фирмы приглашенным**
- 2) **показ видеофильма**
- 3) **краткие сообщения представителей фирмы**
- 4) **ответы на вопросы приглашенных**
- 5) **выступления гостей**
- 6) **вручение сувениров**



103. Установите правильную последовательность этапов работы по созданию фильма:

- 1) **определение идеи фильма**
- 2) **разработка сюжета**
- 3) **написание сценария**
- 4) **съемка фильма**
- 5) **монтаж**

104. Установите правильную последовательность этапов управления публич рилейшнз:

- 1) **определение проблемы**
- 2) **планирование и программирование**
- 3) **действие и коммуникация**
- 4) **оценка программы**

105. Уточните правильную последовательность построения лояльности занятых в организации:

- 1) **лояльность своей команде**
- 2) **лояльность отделению**
- 3) **лояльность организации**
- 4) **лояльность корпорации в целом**

106. Факт-лист — это:

- **короткий документ, отражающий профиль организации**

107. Фактором роста значимости внутриорганизационных коммуникаций является:

- **снижение лояльности занятых**

108. Фандрайзинговая деятельность — это:

- **сбор средств на решение социально значимой проблемы**

109. Функция отношений с инвесторами входит в отрасль PR:

- **финансовые PR**

110. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Э. Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью PR-проекта было:

- **улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика**

111. Цель использования фильмов во внутрифирменных PR

- **информирование занятых о жизни компании**

112. Централизованные коммуникации уместны для организации, которая:

- **мала по размерам**

113. Число зарегистрированных лоббистов США к концу XX достигло:

- **33-х тысяч человек**

114. Число участников «круглого стола» может составлять:

- **6-14 человек**

115. Чтобы содействовать эффективной коммуникации, PR-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует ...

- **применять научные методы изучения общественного мнения**

