

«Техника и технология “паблик рилейшнз”»

Вопросы и ответы из теста по [Технике и технологии “паблик рилейшнз”](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 184

Тест по предмету «Техника и технология “паблик рилейшнз”» (Public Relations, PR, связи с общественностью).

1. «Зеленый документ», выпускаемый парламентом Великобритании, — это:
 - **дискуссионный документ, предшествующий выпуску законопроекта**
2. «Планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и под держание доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью» — это:
 - **паблик рилейшнз**
3. «Систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий» — это:
 - **массовая коммуникация**
4. А. Пейдж обусловил свое поступление в качестве пиэрмена в американскую копорацию АТТ с условием:
 - **что он становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании**
5. Американский менеджер, в отличие от японского, готов принимать решение
 - **в ходе переговоров**
6. Американцы, уважая точность, используют термин «дедлайн», который означает:
 - **крайний срок**
7. Афинский кодекс определяет:
 - **этические нормы ПР-деятельности**
8. В «Декларации о принципах» были сформулированы:
 - **основы взаимоотношений с прессой**
9. В дореволюционной России крупнейшая торговая ярмарка была в:
 - **Нижнем Новгороде**
10. В качестве объекта рекламы выступают(-ет):
 - **товары фирмы**
11. 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**
12. В начале XX в. «отец ПР» А.Ли определил основные объекты ПР-деятельности. В их числе он особо выделил:
 - **целевые группы общественности и лидеров общественного мнения**
13. В отношении подчиненных позволяют себе брань и грубость:
 - **японские менеджеры**



14. В процессе коммуникации информация передается невербальными средствами (жестами, мимикой и пр.) на:

- **55%**

15. В России первая печатная газета «Ведомости» вышла в:

- **1702 году**

16. В своей деловой среде американцы обращаются друг к другу:

- **по имени**

17. В случае, если тематика конференции не представляет интереса, американец:

- **может покинуть заседание, не дожидаясь конца**

18. В США ежегодно в выставках и ярмарках участвуют:

- **более 100 тыс. фирм**

19. В японской компании, как правило, существует _____ система отношений.

- **вертикальная**

20. Важный шаг подготовки к кризису — определение точки управления, которая может находиться:

- **в головном офисе**

21. Введение потребителей в заблуждение имитацией другой рекламы относится к:

- **недобросовестной рекламе**

22. Ведущая роль СМИ в формировании общественного мнения отражается в их характеристике как:

- **четвертой власти**

23. Влияние заинтересованных групп на принятие решений властными структурами — это:

- **лоббирование**

24. Внутреннее видео может использоваться в организации для:

- **сближения персонала и менеджмента**

25. Восстановление позитивной репутации фирмы следует начинать:

- **к моменту снижения кризисной ситуации**

26. Гарантией надежности в странах Востока считается:

- **хорошее личное знакомство**

27. Год основания Международной ассоциации паблик рилейшнз — основного международного координатора ПР-деятельности — ...

- **1955 году**

28. Готовность идти на компромисс рассматривается в деловой культуре США как:

- **желание решить проблему**

29. Деловое сотрудничество для американского менеджера в основном сводится к:

- **переговорам и заключению договора**

30. Для ведения работы с общественностью в США в период 1-й мировой войны был создан контингент «четырехминутчиков» с целью

- **четырёхминутных сообщений новостей добровольцами-ораторами**

31. Для содействия эффективной коммуникации ПР-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности и ...

- **применять научные методы изучения общественного мнения**



32. Для японского сотрудника сверхурочная работа — это:

- **моральный долг перед фирмой**

33. Для японца, в отличие от американца, компания, где он работает, означает:

- **семейное сообщество**

34. Если ваша предполагаемая экспозиция состоит из текста и нескольких фотографий, то ...

- **лучше разослать клиентам хорошо оформленный проспект**

35. Закон «О СМИ» определяет началом распространения продукции СМИ

- **решение главного редактора**

36. Закон «О СМИ» устанавливает объем рекламы в печатных СМИ

- **не более 40% объема отдельного номера**

37. Закон РФ «О рекламе» был принят в:

- **1995 году**

38. Зарождение основ паблик рилейшнз в ходе борьбы за независимость США было связано со (с)

- **стремлением американских политических руководителей апеллировать к общественному мнению**

39. Знание культурных особенностей позволяет:

- **управлять поведением различных групп общественности**

40. Из перечисленного, в основе разработки бюджета ПР-программы лежат:

- **курс национальной валюты**
- **оценка уровня ресурсов**

41. Из перечисленного, в спектре деловых культур можно выделить следующие полюса:

- **восточная деловая культура**
- **западная деловая культура**

42. Из перечисленного, в числе негативных сторон участия в выставке можно выделить:

- **значительная цена за аренду выставочной площади**
- **наличие множества случайных зрителей**

43. Из перечисленного, газеты, издающиеся в одном регионе, различаются по:

- **масштабы**
- **периодичность выхода**
- **профиль**

44. Из перечисленного, к двум коммуникативным средствам, необходимым в первую очередь для любой организации, относятся:

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

45. Из перечисленного, к задачам ПР относятся:

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

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

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



47. Из перечисленного, к индикаторам качества публики на выставке относятся:

- **доля аудитории с высоким интересом увидеть продукты компании**
- **доля посетителей, планирующих купить один или более продуктов**

48. Из перечисленного, к личностным качествам специалиста по паблик рилейшнз относятся:

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

49. Из перечисленного, к методам оценки ПР-компания относятся:

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

50. Из перечисленного, к нормам профессионального поведения, отраженным в Кодексе Института ПР, относятся:

- **отказ от одновременного представления интересов конфликтующих сторон**
- **соблюдение конфиденциальности доверенной информации**

51. Из перечисленного, к правилам поведения персонала стенда относятся:

- **будь доброжелателен и дружелюбен**
- **носи символику своей компании**

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

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

53. Из перечисленного, к правильной последовательности действий по установлению коммуникаций с персоналом относятся:

- 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**

54. Из перечисленного, к правильной последовательности построения лояльности занятых в организации относятся:

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

55. Из перечисленного, к правильной последовательности целей отношений с потребителями относятся:

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

56. Из перечисленного, к правильности последовательности выводов, содержащихся в отчете ПР-фирмы-консультанта, относятся:

- 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**



57. Из перечисленного, к финансовому сообществу можно отнести:

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

58. Из перечисленного, к целям экспозиционной деятельности фирмы относятся:

- **показ новых изделий клиентам**
- **улучшение имиджа фирмы**

59. Из перечисленного, к числу дневных приемов относятся:

- **"бокал вина"**
- **"завтрак"**

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

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

61. Из перечисленного, к числу начальных методов, используемых первыми ПР-фирмами, относятся:

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

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

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

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

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

64. Из перечисленного, к числу шагов, предпринятых командой управления в ходе кризиса, относятся:

- **выпуск заявления**
- **предоставление каналов связи для запросов извне**

65. Из перечисленного, команда управления кризисом может включать в себя:

- **пиэрмены**
- **руководители функциональных систем**

66. Из перечисленного, необходимость обращения в специализированные ПР-фирмы обусловлена:

- **необходимость в консультациях независимого ПР-специалиста**
- **реализация масштабных проектов, связанных с зарубежным бизнесом**

67. Из перечисленного, организация успешного собрания акционеров предполагает учет следующих основных факторов:

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

68. Из перечисленного, особенности деловых культур имеют следующие предпосылки:

- **исторические**
- **общекультурные**
- **религиозные**

69. Из перечисленного, понятие деловая культура включает в себя следующие элементы:

- **поведенческие нормы**
- **система ценностных ориентаций**



70. Из перечисленного, правильной последовательностью элементов коммуникационной цепи являются:

- 1) **источник**
- 2) **кодирование**
- 3) **сообщение**
- 4) **декодирование**
- 5) **получатель**

71. Из перечисленного, проблемы, осложняющие разрешение кризиса, включают в себя:

- **паника**
- **потеря контроля**

72. Из перечисленного, рост внимания к сфере мультинациональных коммуникаций обусловлен:

- **глобализация бизнеса**
- **сокращение пространства и времени коммуникаций**

73. Из перечисленного, участниками «дней открытых дверей» могут быть:

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

74. Из перечисленного, характерными чертами деловой культуры американцев являются:

- **индивидуализм**
- **пунктуальность**
- **решительность**

75. Из перечисленного, целями кризисного менеджмента являются:

- **быстрое предотвращение кризиса**
- **ограничение ущерба**

76. Из перечисленных видов конференций, к видам конференций, проводимых организацией, относятся:

- **научная**
- **практическая**

77. Из перечисленных видов, к публицистическим сообщениям относятся:

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

78. Из перечисленных вопросов, принятие решения об экспозиционировании включает в себя обсуждение следующих проблем:

- **Какая форма экспозиционирования не подходит?**
- **Нужно ли выставляться?**

79. Из перечисленных коммуникаций, критерий системы кодирования определяют:

- **вербальные**
- **невербальные**

80. Из перечисленных ниже видов материалов входит в типичный ежегодный отчет для занятых:

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

81. Из перечисленных правил, к общим правилам отношений со СМИ относятся:

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



82. Из перечисленных проблем, церемония открытия способствует решению:

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

83. Из перечисленных событий, кризисом для организации могут быть, в частности, следующие события:

- **крупный дефект продукта**
- **серьезный несчастный случай**

84. Из перечисленных уровней, к уровням деловой культуры относятся:

- **глобальный**
- **национальный**
- **региональный**

85. Из фирм-участниц не продвигают свою экспозицию до начала выставки:

- **78%**

86. Индивидуализм нередко рассматривается в азиатских странах в качестве

- **угрозы обществу**

87. Интервью — это:

- **беседа в форме вопросов и ответов**

88. Искренность в бизнесе для японского менеджера означает стремление

- **не обидеть другого человека**

89. Их перечисленного, к правильной последовательности действий, связанных с демократизацией управления, относятся:

- 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**

90. К наименованиям отделов паблик рилейшнз относится(-ятся):

- **связи с местной общественностью**

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

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

92. К характеристике массовой коммуникации можно отнести:

- **опосредованный характер**

93. К числу барьеров в межкультурных коммуникациях относится:

- **разное трактование партнерами ряда понятий**

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

- **мобилизации общественного мнения США в поддержку участия в 1-ой мировой войне**

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

- **раз в год или полгода**

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

- **общественность необходимо информировать**



97. Крупнейшая в США правительственная ПР-служба носит название:

- **Информационное агентство США**

98. Лоббирование «у корней травы» означает:

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

99. Минимальной периодичностью для печатных СМИ является выход издания

- **не реже одного раза в год**

100. Наиболее эффективное лоббирование ведется:

- **отраслевыми ассоциациями**

101. Объем пресс-релиза составляет:

- **1 страницу**

102. Объем прямых международных инвестиций за период с 1970 по 1980 годы возрос:

- **в 15 раз**

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

- **распространению облигаций для поддержания военных усилий США в 1-й мировой войне**

104. Одним из элементов подготовки к проведению конференции является:

- **программа хода мероприятия**

105. Одной из предпосылок развития паблик рилейшнз стала идея так называемой «неценовой конкуренции товаров». Ее суть — ...

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

106. Описание компании, письмо к акционерам, финансовый обзор — это:

- **годовой отчет компании**

107. Опровержение ложных слухов в организации достигается:

- **прямым официальным заявлением**

108. Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:

- **20 минут**

109. Оптимальное место размещения доски объявлений для персонала:

- **внутри у входа в компанию**

110. Основное правило кризисной коммуникации звучит так

- **«Скажи все и скажи быстро»**

111. 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**

112. Офис разбора претензий является подразделением

- **компании, работающей с потребителями**

113. Оценка результативности ПР-деятельности позволяет ответить на вопрос

- **Обречено ли признание общественности?**



114. Первая самостоятельная американская ПР-фирма имела название:

- **«Паблिसити-бюро»**

115. Первые попытки воздействия на общественное мнение относятся к эпохе

- **Античности**

116. Перекрещенные руки демонстрируют:

- **настороженность говорящего**

117. Периодичность выхода листка новостей для занятых составляет:

- **до 8 раз в месяц**

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

- **соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы**

119. Планирование действий, связанных с кризисными ситуациями, должно быть:

- **предкризисным**

120. По данным американских исследователей, с целью увидеть новые продукты на выставку приходят:

- **50% посетителей**

121. По мнению японских бизнесменов, на деловые переговоры надо обязательно надеть:

- **черный строгий костюм**

122. Поведенческие нормы — это:

- **модели действий в конкретных ситуациях**

123. Подготовка к проведению выставки должна начинаться за:

- **12 месяцев до начала**

124. Подготовка любого специального события начинается с:

- **определения цели акции**

125. Подготовка приема включает в себя составление плана рассадки гостей, где к самым почетным местам относятся места

- **рядом с хозяевами**

126. Понятие «консьюмеристская философия» означает:

- **философию защиты интересов потребителей**

127. Понятие промоушн относится к сфере:

- **маркетинговых коммуникаций**

128. Последним по времени появления средством массовой информации, широко применяемым в интересах ПР, стало следующее:

- **интернет**

129. Последним этапом рекламного цикла является:

- **распространение рекламы**

130. Построение внутриорганизационных коммуникаций определяется:

- **типом организации**

131. ПР-отдел организации средних размеров может возглавлять:

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



132. Превентивное информирование аудитории о выводе нового товара может вестись:
- **к моменту появления товара на рынке**
133. Презентация — это самостоятельная акция, которая может сочетаться с ...
- **приемом**
134. Презентация — это специальное мероприятие, предусматривающее ...
- **представление фирмы, лица, продукта**
135. Президент США Ф. Рузвельт в 30-е годы XX в. для укрепления своего имиджа
- **в радиобеседах «у камина» разъяснял населению суть своих реформ**
136. Пресс-конференция проводится:
- **для передачи информации по теме, которая вызовет вопросы журналистов**
137. При выходе японского руководителя из помещения все его подчиненные:
- **встают и кланяются**
138. Примерная продолжительность годового собрания акционеров может составить:
- **около двух часов**
139. Проведение «дня открытых дверей» требует:
- **подготовки сопровождающих для гостей**
140. Проведение личных встреч с потребителями позволяет организации
- **повысить эффективность коммуникаций**
141. Программа «Говори», проводимая компанией IBM в США, предусматривает:
- **коммуникацию занятых с администрацией**
142. Прямой отказ в деловой культуре азиатских стран расценивается как:
- **невежливость**
143. Развитие системы паблик рилейшнз определялось рядом политических и экономических причин. Определяющее условие становления этой деятельности — ...
- **формирование демократических основ общества**
144. Расширение информационной сети внутри организации позволяет сотрудникам
- **лучше ориентироваться в проблемах фирмы**
145. Роль PR-персонала в принятии стратегических решений определяется:
- **вхождением PR-специалиста в состав «руководящей команды»**
146. Рост значимости PR в XX веке обусловлен:
- **ростом зависимости деловой среды от общественности**
147. Росту доверия персонала к менеджменту способствуют:
- **своевременные и более четкие коммуникации**
148. Собрание акционеров проводится:
- **раз в год**
149. Совмещение работы штатных и внешних PR-специалистов возможно в случаях:
- **когда внешний консультант располагает специфическим опытом**
 - **организация перемещается в новый регион**



150. Создание «занимательных историй» в целях продвижения товара на рынке предполагает разнообразие тематики. Предметами таких статей являются (есть)

- **достижение продаж рекордной величины**

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

- **1990-м годам**

152. Создателями глобальной деловой культуры считаются:

- **глобальные компании**

153. Специалист по отношениям с инвесторами должен обеспечивать получение акционерами

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

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

- **привлечения внимания к самой компании**

155. Среднегодовое количество пресс-релизов, подготовленных ПР-сотрудниками американской корпорации АТТ, составляет:

- **108**

156. Средний размер ПР-отдела большой корпорации составляет:

- **от 5 до 20 сотрудников**

157. Стратегический подход к планированию ПР предполагает в качестве первого шага

- **оценку среды и целей организации**

158. Существует следующая закономерность — чем крупнее компания

- **тем в большем количестве выставок она участвует**

159. Телевидение, осуществляя прямую трансляцию, обеспечивает эффект

- **присутствия**

160. Термин «коммуникативно-дистантная зона» означает:

- **расстояние, на котором люди привыкли общаться**

161. Термин «монолитная идентичность» подразумевает следующее:

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

162. Термин «мягкое лоббирование» означает:

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

163. Термин «паблик рилейшнз» был введен в:

- **1807 году**

164. Уникальность радио как средства массовой информации, активно используемого в интересах ПР, обусловлена его:

- **общедоступностью**

165. Управленческая компетенция специалиста ПР предполагает:

- **стратегическое мышление**

166. Управленческие публикации — это:

- **журналы для менеджеров**



167. Установите правильную последовательность структурных элементов паблик рилейшнз:

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

168. Установите правильную последовательность этапов подготовки публичного выступления:

- 1) **Постановка цели**
- 2) **Оценка состава аудитории**
- 3) **Составление конспекта речи**
- 4) **Выбор или предварительное знакомство с помещением**

169. Установите правильную последовательность этапов презентации:

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

170. Установите правильную последовательность этапов работы по созданию фильма:

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

171. Установите правильную последовательность этапов управления кризисом:

- 1) **определение проблем**
- 2) **распределение проблем по степени значимости**
- 3) **выработка программы действий**
- 4) **реализация программы действий**
- 5) **оценка программы**

172. Установите правильную последовательность этапов управления паблик рилейшнз:

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

173. Учитывая необходимость кризисного менеджмента, многие американские компании создали должность

- **управляющего проблемами**

174. Факт-лист — это:

- **короткий документ, отражающий профиль организации**

175. Фандрайзинговая деятельность — это:

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

176. Федеральная комиссия по телерадиовещанию осуществляет:

- **выдачу лицензий на вещание**

177. Функция отношений с инвесторами входит в отрасль ПР, представляемую

- **финансовыми ПР**



178. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Э. Бернейза по проведению юбилея изобретателя Эдисона с целью

- **улучшения имиджа компании «Дженерал Электрик»**

179. Цель использования фильмов во внутрифирменных ПР — это:

- **информирование занятых о жизни компании**

180. Централизованные коммуникации уместны для организации, которая:

- **мала по размерам**

181. Число зарегистрированных лоббистов в США к концу XX в. достигло

- **33 тысяч человек**

182. Число транснациональных компаний в мире сегодня достигло

- **38000**

183. Число участников «круглого стола» может составлять:

- **6-14**

184. Японские компании «Сони» и «Мазда» разместили в США свои производства

- **в начале 1980-х годов**

Файл скачан с сайта oltest.ru

