

«Управление общественными отношениями»

Вопросы и ответы из теста по [Управлению общественными отношениями](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 196

Тест по предмету «Управление общественными отношениями».

1. «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» в 1985 году были приняты:

- **Генеральной Ассамблеей ООН**

2. Совокупность мнений, идей и впечатлений, которых придерживается человек или группа людей относительно какого-либо объекта

- **имидж**

3. Автор книги «Декларация о принципах»

- **Ли**

4. Автор книги «Кристаллизуя общественное мнение»

- **Д. Бернейз**

5. Автор модели коммуникации «Оратор-речь-аудитория»

- **Аристотель**

6. Автором модели коммуникации: «Кто говорит? — Что сообщает? — Кому? — По какому каналу? — С каким эффектом?»

- **Т. Лассуэл**

7. Активная деятельность по распространению политических идей средствами массовой информации, устными выступлениями с целью оказания воздействия на широкие массы — это:

- **агитация**

8. Анализ среды косвенного воздействия может проводиться с помощью

- **PEST-анализа**

9. Анализ, который предполагает выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз и установление связей между ними, называется:

- **SWOT-анализом**

10. Аналитический обзор состояния отраслей, рынков, продуктных групп

- **обзорная статья**

11. Большую часть затрат на участие в выставке составляет:

- **арендная плата и монтаж экспозиции**

12. В 2000 году указом Президента территория РФ была разделена на:

- **7 округов**

13. В европейско-американской культуре дистанция для общения на полуофициальных приемах с небольшим количеством людей составляет:

- **46-120 см**



14. В зависимости от состава участников различают следующие виды выставочных мероприятий:

- **межрегиональные**
- **национальные**
- **региональные**

15. В зависимости от характера предложения экспонентов различают следующие виды выставочных мероприятий:

- **многоотраслевые**
- **специализированные**
- **универсальные**

16. В зависимости от цели проведения различают следующие виды выставочных мероприятий:

- **информационно-ознакомительные**
- **торговые**

17. В западной Европе специальные законы о защите прав потребителя были приняты:

- **в 70-е годы XX века**

18. В приглашении на презентацию рекомендуется указать:

- **место, время (от и до) проведения презентации**
- **программу**
- **состав участников и гостей**

19. В России процедура лоббирования:

- **не регламентируется законом**

20. В РФ Закон о защите прав потребителей был принят 7 апреля ...

- **1991 года**

21. Взаимоотношения между государственной организацией и населением можно условно разделить на следующие категории:

- **внешние**
- **позитивные**
- **рутинные**

22. Выборка — это:

- **отобранная группа единиц опроса**

23. Выборка, членом которой может стать любой человек из целевой группы, определяется как _____ выборка.

- **простая случайная**

24. Выборки, предоставляющие возможность подобрать респондентов по определенным характеристикам, называются:

- **квотными**

25. Выработка миссии, целей является составной частью

- **стратегического планирования**

26. Выражение «паблик рилейшенз» впервые употребил

- **Джефферсон**

27. Выраженное отношение по какому-либо вопросу

- **мнение**

28. Годовой отчет АО утверждает:

- **собрание акционеров**



29. Деятельность, связанная с подготовкой и проведением мероприятий, привлекающих внимание общественности

- **пресс эджентри**

30. Диалогическая форма сообщения, в которой участвуют несколько человек

- **беседа**

31. Для изучения различных групп населения рекомендуется применять:

- **стратифицированную случайную выборку**

32. Для информирования абитуриентов используется такое средство PR, как:

- **день открытых дверей**

33. Для обсуждения экологической ситуации в регионе рекомендуется применять такое средство PR, как:

- **«круглый стол»**

34. Для охвата более узких интересов отдельных групп на конференции организуются:

- **секции**

35. Для сопоставления характеристик имиджа конкурирующих компаний применяется:

- **метод семантического дифференциала**

36. Доклады и выступления на конференции ограничены регламентом:

- **10-20 минут**

37. Документы, содержащие информацию о чрезвычайных ситуациях, запрещено относить к информации с ограниченным доступом информации, согласно закону

- **«Об информации, информатизации и защите информации»**

38. Если общественность выносит решение по тем или иным вопросам социальной жизни, то реализуется _____ функция общественного мнения.

- **директивная**

39. Жанр художественной публицистики, сочетающий документальность материала и художественность формы

- **очерк**

40. Жанр, знакомящий аудиторию с определенными событиями с использованием аналитического комментария

- **обозрение**

41. Жанр, построенный на конкретном материале, в котором в аналитическом плане разрабатывается актуальная тема, решается определенная проблема

- **корреспонденция**

42. Законопроекты, предусматривающие расходы, покрываемые за счет федерального бюджета, могут вноситься только при наличии заключения

- **Правительства**

43. Идеальное описание будущего желательного состояния объекта управления — это:

- **цель**

44. Из нижеперечисленного к факторам среды косвенного воздействия относят:

- **научно-технический прогресс**
- **состояние экономики**
- **социокультурные факторы**



45. Из нижеперечисленного к факторам среды прямого воздействия относят:

- **законы и органы государственного регулирования**
- **поставщиков**
- **потребителей**

46. Из нижеперечисленного наименование предприятия должно включать:

- **определение вида деятельности**
- **фирменное наименование**
- **характеристику организационно-правовой формы предприятия**

47. Из перечисленных характеристик к пропаганде можно отнести следующие:

- **допущение искажения цифр и фактов**
- **жесткие установки**
- **одностороннее воздействие на индивида или группу**

48. Из перечисленных характеристик к характеристикам PR можно отнести:

- **косвенное воздействие на общественное мнение**
- **стратегический характер деятельности**

49. Из перечисленных характеристик, к характеристикам PR относят:

- **источник информации**
- **налаживание деловых связей**
- **формирование общественного мнения**

50. Из перечисленных характеристик, к характеристикам журналистики относят:

- **идеологическая направленность**
- **источник информации**
- **налаживание деловых связей**

51. Из перечисленных характеристик, к характеристикам рекламы относят:

- **платность**
- **продвижение товаров и услуг**
- **утвержденное время выхода**

52. Изменение в устав и полномочия АО полномочно(-чен) принимать:

- **собрание акционеров**

53. Изучение поведения потребителей в реальной обстановке

- **наблюдение**

54. Имидж товара на рынке — это:

- **бренд**

55. Инвестиции в ценные бумаги называются:

- **портфельными**

56. Инвестиционная емкость территории — это:

- **инвестиционный потенциал**

57. Индекс NASDAQ — это:

- **показатель состояния новой экономики**

58. Индекс, который рассчитывается по показателям котировок 30 компаний и отражает состояние традиционной экономики, — это:

- **индекс Dow Jones**



59. Интервью с большим числом интервьюеров-журналистов, задающих вопросы одному или нескольким известным лицам

- **пресс-конференция**

60. Интервью с крупными официальными лицами, дающими официальные ответы на вопросы официального плана

- **протокольное интервью**

61. Интервью с целью выявления мнения авторитетного лица по проблеме

- **интервью-мнение**

62. Интервью с целью выявления социально значимого факта от лица, непосредственно к нему причастного

- **интервью-факт**

63. Интервью с целью раскрытия индивидуальности интервьюируемого, создания в процессе беседы его образа

- **портретное интервью**

64. Информирование государственных чиновников в интересах клиента и иные способы воздействия на них с целью получения каких-то административных или законодательных преимуществ

- **лоббирование**

65. Исследования, направленные на выяснение несогласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организаций и целевыми группами общественности

- **коммуникационный аудит**

66. Исследования, направленные на выяснение установок и мнений людей

- **социологические исследования**

67. К городам федерального значения относят:

- **Москву и Санкт-Петербург**

68. К достоинствам метода контент-анализ относят:

- **возможность статистической обработки результатов анализа**
- **высокую объективность**
- **минимальное влияние личного мнения исследователя на содержание материала**

69. К жанрам аналитической публицистики не относят:

- **интервью**

70. К жанрам информационной публицистики не относят:

- **корреспонденцию**

71. К жанрам художественной публицистики не относят:

- **отчет**

72. К источникам неформальной информации не относят:

- **пресс-релизы**

73. К основным правам потребителя Кеннеди в «Послании к Конгрессу» отнес:

- **право быть информированным**
- **право быть услышанным**
- **право выбирать**
- **право на безопасность**



74. К случайным выборкам не относят:

- **пригодные**

75. К специальным событиям не относятся:

- **годовое собрание акционеров**

76. Качественная оценка деятельности по формированию имиджа включает:

- **содержание**
- **структуру**
- **цели**

77. Комплекс маркетинга включает в себя следующие составляющие:

- **методы распространения**
- **методы стимулирования**
- **товар**
- **цена**

78. Конференции для служащих компании называются:

- **внутренними**

79. Концентрированная подача какого-либо прошедшего события, мероприятия

- **отчет**

80. Короткая, сжатая во времени, инструктивная встреча журналистов с руководством коммерческой фирмы или компании с приглашением представителей органов государственной и законодательной власти

- **брифинг**

81. Краткое сообщение, в котором излагается какой-либо факт

- **заметка**

82. Лицо или организация, генерирующее сообщение

- **источник**

83. Лично трактуемое сообщение, сочетающее индивидуальную позицию автора с непринужденным изложением в стиле разговорной речи

- **эссе**

84. Лоббирование интересов групп предпринимателей через их представителей во властных структурах называется:

- **закрытым**

85. Логотип — это:

- **обозначение, идентифицирующее товар**

86. Любая форма распространения сообщений, создающих лояльность потребителей и общества к фирме, информирующих, убеждающих или напоминающих о ее деятельности или товарах, — это:

- **продвижение**

87. Люди, непосредственно не связанные с организацией, составляют _____ общественность.

- **внешнюю**

88. Люди, осознавшие, что на них определенным образом влияет проблемная ситуация, но еще не обменивавшиеся мнениями между собой по этому поводу, определяются как _____ общественность.

- **осведомленная**



89. Маргинальная общественность — это:

- **наименее существенная общественность для организации**

90. Метод исчисления бюджета, исходящий из того, что PR-активность организации не должна уступать конкурентам, — это:

- **«ориентация на бюджет конкурентов»**

91. Метод исчисления бюджета, ориентированный на отдельные задачи и проекты, носит название:

- **«нулевой бюджет»**

92. Модели действий, показывающие, как достичь цели в заданных условиях, — это:

- **ситуационные стратегии**

93. Модель коммуникации Лассуэла состоит из _____ компонентов.

- **5**

94. Модель комплексного, системного подхода к определению состава целей, основанного на упорядочении их иерархии путем декомпозиции главной цели на подцели, называется:

- **деревом целей**

95. Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка, — это:

- **комплекс маркетинга**

96. Наиболее устойчивые и трудноизменяемые компоненты в ориентации поведения людей

- **ценности**

97. Наименование, знак или символ, а также их комбинация, которые связаны с определенным товаром, — это:

- **торговая марка**

98. Наличие у заемщика предпосылок, возможностей получить кредит и возратить его в срок — это:

- **кредитоспособность**

99. Нормы общественных отношений вырабатывает и внедряет _____ общественное мнение.

- **регулятивное**

100. Образ организации в предоставлении групп общественности — это:

- **организационный имидж**

101. Образный рассказ о впечатлениях, описание результатов и наблюдение

- **зарисовка**

102. Обращение человека к массовой аудитории через печатное или электронное СМИ

- **выступление**

103. Обсуждение проблем бизнеса в виде парламентских слушаний в Государственной Думе можно охарактеризовать как:

- **открытое лоббирование**

104. Общая концепция, разработанная для достижения целей, — это:

- **стратегия**

105. Общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках — это:

- **репутация**



106. Общественность, которая, может оказать наибольшую помощь или принести наибольший вред усилиям организации определяется как:

- **главная**

107. Описание среды деловой активности, факторов и тенденций ее изменения называется:

- **видением**

108. Определение понятия «спонсорство» дано в Законе

- **«О рекламе»**

109. Орган управления АО, осуществляющий руководство обществом в период между собраниями акционеров, называется:

- **советом директоров**

110. Организованное движение потребителей в защиту своих прав и воздействие на производителей — это:

- **консюмеризм**

111. Организованное собрание людей с целью ознакомления, обсуждения и распространения значимой научной, политической, деловой и культурной информации, представляемой авторитетными экспертами, — это:

- **конференция**

112. Органы государственной власти функционируют на:

- **федеральном уровне и уровне субъектов федерации**

113. Основное содержание двухсторонней асимметричной модели можно охарактеризовать как:

- **убеждение**

114. Основное содержание двухсторонней симметричной модели можно охарактеризовать как:

- **взаимовлияние**

115. Основное содержание коммуникационной модели общественной информации можно охарактеризовать как:

- **информирование**

116. Основное содержание паблисити как модели PR

- **манипулирование**

117. Основными формами лоббирования являются:

- **открытое и закрытое**

118. Основоположником процедуры лоббирования считается:

- **У. Грант**

119. Основоположником современных PR считается:

- **Ли**

120. Особенностью индустриального рынка является:

- **большие партии закупок**
- **небольшое количество покупателей**
- **формализованные процедуры группового принятия решения о закупке**

121. Отношение к тем или проблемам или фактам отражает _____ общественное мнение.

- **оценочное**



122. Оценка человеком какой-либо конкретной проблемы или вопроса

- **отношение**

123. Очередное собрание акционеров проводится:

- **ежегодно**

124. Пакет информационных материалов

- **медиа-кит**

125. Передача выполнения работ на сторону — это:

- **аутсорсинг**

126. По способу воздействия PR-кампании подразделяют на:

- **рациональные и эмоциональные**

127. По способу выражения PR-кампании делятся на:

- **жесткие и мягкие**

128. Подход, при котором компания предупреждает неудовлетворенность клиентов, называется:

- **превентивным**

129. Позиция фирмы, при которой она игнорирует возникшую ситуацию, определяется как:

- **стратегия стратегического бездействия**

130. Позиция, при которой фирма опровергает обвинения, до того как они возникли, определяется как:

- **упреждающая**

131. Помощь, осуществляемая на безвозмездной основе, не предполагающая финансовых и прочих обязательств со стороны получающих поддержку, — это:

- **благотворительность**

132. Право законодательной инициативы в РФ принадлежит:

- **Президенту РФ**
- **депутатам Госдумы**
- **законодательным (представительным) органам субъекта РФ**

133. Предположительное исчисление доходов и расходов организации, подразделения на определенный срок — это:

- **бюджет**

134. Представители населения или заинтересованных групп, назначенных, чтобы представить мнение и советы по отдельному вопросу, образуют:

- **общественный консультационный совет**

135. Представление организации, проекта, продукта, персоны аудитории называется:

- **презентацией**

136. Представление служащих о своей организации — это:

- **внутренний имидж**

137. Презентация политической партии может проводиться в форме

- **пресс-конференции**

138. Презентация, менее требовательная к выполнению определенных правил подготовки, — это:

- **презентация объема и содержания выполненных работ**



139. Претензия потребителя товаров или услуг в официальной форме в виде составленного акта, включающего причины его составления, указания нарушений продавцом условий договора, требования об устранении указанных дефектов, а также возмещении причиненного ущерба, определяется как:

- **рекламация**

140. Процесс обмена информацией, ее смысловым значением между людьми

- **коммуникация**

141. Процесс, обеспечивающий организации действительное достижение целей, — это:

- **контроль**

142. Публицистика, основанная на сообщениях, представляющих собой простую фиксацию событий, определяется как:

- **информационная**

143. Публичная известность фирмы называется:

- **паблисити**

144. Публичный опрос людей, высказывающих различные точки зрения и аргументировано отстаивающих свои позиции

- **дискуссия**

145. Разработка практических мероприятий является составной частью

- **программы PR**

146. Рассказ, содержащий положительный опыт разрешения сложных ситуаций

- **кейс-история**

147. Реакция компании на запросы и претензии потребителей должна быть:

- **оптимистической**
- **положительной**

148. Результатом оперативного PR-планирования являются:

- **программы PR**

149. Реклама — это _____ коммуникация.

- **неличная**

150. Репортаж — это:

- **жанр журналистики, сообщающий о событии, очевидцем или участником которого является корреспондент**

151. Респондент — это:

- **лицо, отвечающее на вопросы анкеты или дающее интервью**

152. Родиной консьюмеристского движения считается:

- **США**

153. Самым простым методом оценки PR-бюджета конкурентов является:

- **экспертный опрос**

154. Самым простым методом расчета бюджета PR является:

- **такой же, как в прошлом году**

155. Сатирический жанр, обличающий природу социального зла с гражданских позиций

- **памфлет**



156. Своевременное отслеживание специалистами по связям с общественностью совокупной внутренней и зарубежной прессы с последующей подборкой интересующего материала по выбранной прессе

- **мониторинг публикаций в прессе**

157. Семантика — это:

- **воспринимаемое значение слов**

158. Сети внутриорганизационных коммуникаций

- **Инtranет**

159. Сжатая характеристика должностного лица или события

- **факт-лист**

160. Система совокупных экономических, организационных и социальных мер, направленных на формирование общественного мнения за счет планомерного воздействия на основные группы целевой аудитории для достижения позитивного, благожелательного восприятия фирмы, ее целей, маркетинговых программ и проектов, определяется как:

- **оперативный план PR**

161. Система средств декодирования полученного сообщения

- **декодер**

162. Система средств кодирования идеи отправляемого сообщения

- **энкодер**

163. Ситуативный подход к определению понятия «общественность» был предложен:

- **Д. Дью**

164. Ситуация, когда люди не склонны проявлять интерес к содержанию информации, расходящейся с их собственной точкой зрения, называется:

- **когнитивным диссонансом**

165. Ситуация, при которой колеблющееся меньшинство под воздействием выраженного мнения большинства меняет свою позицию в пользу большинства, получила название:

- **«эффект спирали умолчания»**

166. Смит выделяет такие стратегические позиции, как:

- **наступательная**
- **оборонительная**
- **стратегического бездействия**
- **упреждающая**

167. Согласно психографическому подходу, потребители, ориентированные на принципы, руководствуются:

- **убеждениями и принципами**

168. Создание новостей о лице, продукте или услуге, которые появляются в средствах массовой информации или печатных изданиях

- **паблисити**

169. Создание проекта закона и процесс прохождения законопроекта через Госдуму ведется:

- **ответственными комитетами**

170. Сообщение о дне открытых дверей института можно охарактеризовать как:

- **бэкграундер**



171. Социально значимый статус компании, ее место в обществе определяется как:

- **миссия**

172. Спланированная кампания по внедрению имиджа товара в сознание потребителя называется:

- **брэндингом**

173. Способ определения для продукта или услуги ниши на рынке — это:

- **позиционирование**

174. Способность юридических и физических лиц полностью выполнять свои обязательства по платежам есть:

- **платежеспособность**

175. Среда, обеспечивающая возможность сбора, передачи, хранения, автоматизированной обработки и распространения информации в обществе

- **информационная инфраструктура**

176. Статьи, мнимо подписанные должностным лицом конкретной фирмы

- **именные статьи**

177. Степень позитивного (негативного) отношения аудитории к объекту

- **интенсивность оценки**

178. Тезис «Достижение целей субъектов возможно при учете выгоды для всех заинтересованных сторон» характеризует:

- **двухстороннюю асимметричную модель PR**

179. Тезис «Известность любой ценой» характеризует:

- **паблисити**

180. Тезис «Необходимо понять публику и принять во внимание потребности людей» характеризует:

- **коммуникационную модель общественной информации**

181. Тезис «Правду, только правду и ничего кроме правды» характеризует:

- **коммуникационную модель общественной информации**

182. Установите правильную последовательность этапов планирования PR-компания:

- 1) **осуществляется идентификация, очерчивание проблемы**
- 2) **определяется цель компании**
- 3) **формулируются ситуационные стратегии**
- 4) **разрабатываются тактические решения**
- 5) **определяются методы оценки**

183. Установите правильную последовательность этапов формирования имиджа в политике:

- 1) **изучение и анализ существующего имиджа кандидата**
- 2) **разработка идей, формирование конкретного образа**
- 3) **подготовка точного плана политической кампании политике**
- 4) **подготовка материалов**

184. Факторы, которые не оказывают прямого немедленного воздействия на операции организации, но тем не менее сказываются на них, являются факторами среды

- **косвенного воздействия**

185. Факторы, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе прямое влияние операций организации, являются факторами среды

- **прямого воздействия**



186. Финансовое и организационное покровительство, оказываемое на стабильной и долговременной основе, — это:

- **патронаж**

187. Финансовые, политические и другие условия, оказывающие влияние на активность инвестиций в экономику страны, — это:

- **инвестиционный климат**

188. Фокус-группа — это:

- **вид опроса, представляющий собой групповое интервью в форме свободного обсуждения заданной темы**

189. Формализованный метод качественно-количественного изучения документов, основанный на выделении в содержании материалов определенных смысловых категорий

- **контент-анализ**

190. Функция аналитической журналистики

- **анализ событий и явлений действительности**

191. Функция информационной журналистики

- **сообщение о факте**

192. Функция управления, процесс разработки планов, где предусматриваются сроки, этапы и показатели управленческой деятельности, просчитываются необходимые ресурсы и возможный конечный результат, называется:

- **планированием**

193. Целевые выборки также называют:

- **квотными**

194. Четко оговоренные обязательства со стороны финансируемого объекта по отношению к размещению рекламы предполагает:

- **спонсорство**

195. Число участников «круглого стола» обычно не превышает:

- **14-15 человек**

196. Юридическое или физическое лицо, вкладывающее собственные, заемные или иные привлеченные средства в финансовые или реальные активы, именуется:

- **инвестором**

Файл скачан с сайта oltest.ru

