

**ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА
«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Выберите правильный ответ

1. Правовые основы связей с общественностью:

- 1) закон о свободе слова;
- 2) конвенция о правах человека и основных свободах;
- 3) закон о массовых коммуникациях;
- 4) закон о защите данных персонального характера.

2. Современные связи с общественностью управляют:

- 1) медийные компании и журналисты;
- 2) государственные органы и правительство;
- 3) частные компании и корпорации;
- 4) все ответы верны.

3. Связи с общественностью регулируют отношения между:

- 1) государством и СМИ;
- 2) компанией и её клиентами;
- 3) общественностью и некоммерческими организациями;
- 4) все ответы верны.

4. Что такое связь с общественностью?

- 1) процесс взаимодействия компании с обществом;
- 2) форма рекламы в СМИ;
- 3) продажа товаров и услуг;
- 4) сбор информации о конкурентах.

5. Какую роль играют СМИ в связи с общественностью?

- 1) помощь в маркетинговых исследованиях;
- 2) создание положительной репутации компании;
- 3) продвижение товаров и услуг;
- 4) информирование общественности о деятельности компании.

6. Как называется процесс планирования и реализации коммуникационных стратегий для достижения целей связи с общественностью?

- 1) маркетинговые исследования;
- 2) продвижение товаров и услуг;
- 3) PR-кампания;
- 4) рекламная стратегия.

7. Что такое целевая аудитория в связи с общественностью?

- 1) все пользователи интернета;
- 2) все клиенты компании;
- 3) определенная группа людей, которая является приоритетной для взаимодействия;
- 4) все сотрудники компании.

8. Что такое корпоративная репутация?

- 1) финансовое состояние компании;
- 2) мнение общества о компании;
- 3) цены на товары и услуги компании;
- 4) уровень удовлетворенности сотрудников компании.

9. Какими инструментами можно управлять связью с общественностью?

- 1) социальные сети и медиаплатформы;
- 2) торговые скидки и акции;
- 3) пресс-релизы и публичные выступления;

4) все перечисленные варианты.

10. Что такое кризисное PR?

- 1) способ повышения продаж во время кризиса;
- 2) управление общественным мнением в условиях кризиса;
- 3) скрытие информации о кризисе;
- 4) прекращение взаимодействия с общественностью в период кризиса.

11. Какое значение имеет коммуникация в связи с общественностью?

- 1) установление долгосрочных отношений с клиентами;
- 2) управление репутацией компании;
- 3) повышение узнаваемости бренда;
- 4) все перечисленные варианты.

12. Что такое медиа-мониторинг?

- 1) оценка эффективности рекламных кампаний;
- 2) анализ сообщений в СМИ о компании;
- 3) исследование предпочтений потребителей;
- 4) сбор информации о конкурентах

13. Какая роль отводится связи с общественностью в организации?

- 1) непосредственное руководство организацией;
- 2) коммуникация с клиентами и партнерами;
- 3) контроль финансовых показателей;
- 4) реализация маркетинговых стратегий.

14. Что означает аббревиатура PR?

- 1) PublicRelations - отношения с общественностью;
- 2) PersonalRelations - личные отношения;
- 3) PublicRecognition - публичное признание;
- 4) PoliticalRepresentation - политическое представительство.

15. Какая из следующих задач входит в обязанности специалиста по связям с общественностью?

- 1) разработка маркетинговой стратегии;
- 2) организация корпоративных мероприятий;
- 3) ведение бухгалтерии;
- 4) работа с социальными сетями.

16. Что такое медиаресурс?

- 1) событие, привлекающее большое внимание СМИ;
- 2) интернет-ресурс для обмена информацией;
- 3) журналистская редакция;
- 4) компания, специализирующаяся на PR-услугах.

17. Какой инструмент PR-коммуникации используется для распространения пресс-релизов?

- 1) телевидение;
- 2) радио;
- 3) интернет;
- 4) печатные издания.

18. Какое понятие описывает образ организации, формируемый в сознании общественности?

- 1) PR-кампания;
- 2) корпоративная культура;
- 3) бренд;
- 4) имидж.

19. Что такое стейкхолдеры в контексте связей с общественностью?

- 1) потенциальные клиенты организации;
- 2) коллеги и партнеры;
- 3) государственные органы;
- 4) все заинтересованные стороны, влияющие на деятельность организации.

20. Какая из следующих стратегий PR-коммуникации используется для формирования положительного образа организации?

- 1) кризисный PR;
- 2) коммуникационная стратегия;
- 3) развлекательный PR;
- 4) лоббирование.

21. Что такое медийный тренинг?

- 1) мероприятие для журналистов и PR-специалистов;
- 2) тренировка для развития коммуникационных навыков;
- 3) обучение специалистов по связям с общественностью;
- 4) исследование медиа-рынка.

22. Какое значение имеет этика в связях с общественностью?

- 1) отсутствует;
- 2) важное;
- 3) второстепенное;
- 4) зависит от конкретной ситуации.

23. Что такое мониторинг общественного мнения?

- 1) оценка эффективности PR-кампании;
- 2) следование этическим принципам в связях с общественностью;
- 3) изучение и анализ отзывов организации в СМИ и социальных сетях;
- 4) контроль за соблюдением законодательства.

24. Что такое спонсорство в контексте связей с общественностью?

- 1) покупка рекламных мест в СМИ;
- 2) финансовая поддержка мероприятий и проектов;
- 3) отношения с журналистами и блогерами;
- 4) продвижение товаров и услуг.

25. Какая из следующих задач входит в обязанности PR-менеджера?

- 1) разработка продуктовой стратегии;
- 2) проведение анализа конкурентов;
- 3) ведение переговоров с поставщиками;
- 4) поддержание связей с журналистами.

26. Какое понятие описывает умение эффективно общаться с общественностью?

- 1) PR-стратегия;
- 2) PR-релиз;
- 3) PR-кампания;
- 4) PR-коммуникация.

27. Какие риски связаны с плохо организованными связями с общественностью?

- 1) потеря доверия общественности;
- 2) ухудшение репутации организации;
- 3) потеря клиентов и партнеров;
- 4) все вышеперечисленные.

28. Какие преимущества может получить организация благодаря хорошо организованным связям с общественностью?

- 1) повышение уровня доверия к организации;
- 2) укрепление репутации организации;

- 3) улучшение бренд-позиционирования;
- 4) все вышеперечисленные.

29. Какие основные навыки необходимы специалисту по связям с общественностью?

- 1) коммуникационные и организационные;
- 2) манипулятивные и манипуляционные;
- 3) технические и математические;
- 4) все ответы верны.

30. Какой из перечисленных ниже типов PR-мероприятий НЕ относится к PR-акциям?

- 1) пресс-конференция;
- 2) благотворительный вечер;
- 3) спонсорство;
- 4) PR-кампания.

31. Какие из перечисленных ниже характеристик относятся к PR-тексту?

- 1) лаконичность;
- 2) объективность;
- 3) точность;
- 4) все ответы верны.

32. Что такое PR-бюджет?

- 1) расходы на рекламу;
- 2) расходы на маркетинговые исследования;
- 3) расходы на PR-акции;
- 4) расходы на оплату труда PR-специалистов.

33. Что означает термин «Фандрайзинговая деятельность»?

- 1) сбор средств на решение социально значимой проблемы;
- 2) сбор средств в благотворительных целях;
- 3) составление бюджета компании;
- 4) участие в работе фондовой биржи.

34. Сколько должна составлять оптимальная продолжительность доклада на конференции?

- 1) не более 15 минут;
- 2) не более 10 минут;
- 3) 7 минут;
- 4) 20 минут.

35. Основная характеристика связи с общественностью на местном уровне:

- 1) поддержка иностранного капитала;
- 2) выстраивание высокой степени доверия населения;
- 3) достаточный бюджет;
- 4) многоканальные коммуникации.

36. Что такое лоббирование?

- 1) процесс заключения крупных сделок между компаниями;
- 2) кампания по продвижению товаров или услуг на рынке;
- 3) деятельность, направленная на принятие решений государственных органов в своих интересах и интересах своих клиентов;
- 4) маркетинговая стратегия, основанная на использовании персональных связей и взаимодействии с ключевыми фигурами в отрасли.

37. Кто считается «лидерами мнений»?

- 1) люди, которые всегда соглашаются с мнением большинства;
- 2) люди, которые поддерживают идеи и ценности своей команды или группы;

- 3) личности, которые оказывают значительное влияние на мнения и поведение других людей;
- 4) люди, которые всегда заняты обсуждением новостей и политики.

38. Бриф – это:

- 1) короткое письменное сообщение, обычно содержащее информацию о конкретной задаче или проекте;
- 2) словесное выступление или презентация перед аудиторией;
- 3) формат командной работы, в котором каждый участник делится своим мнением и идеями;
- 4) процесс сбора информации и анализа данных для принятия решений.

39. Что означает термин «Политическая реклама»?

- 1) рекламная кампания, направленная на продвижение политической партии или кандидата перед выборами;
- 2) реклама товаров и услуг, основанная на принципах политической идеологии;
- 3) реклама государственных программ и инициатив;
- 4) рекламное сообщение, основанное на политической драме или комедии.

40. К какой публицистике относятся исследовательско-новостные тексты?

- 1) художественной;
- 2) информационной;
- 3) аналитической;
- 4) нет верного ответа.