

Форма оценочного материала для диагностического тестирования

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 13.06.2024 11:35:09
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Дисциплина «Связи с общественностью в публичной политике»,

7 СЕМЕСТР

Код, направление подготовки	41.03.04 Политология
Направленность (профиль)	Публичная политика и социальные науки
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Политико-правовых дисциплин
Выпускающая кафедра	Политико-правовых дисциплин

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса	Кол-во баллов за правильный ответ
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите один правильный ответ 1. Наука и искусство, коммуникативная деятельность, направленная на формирование и поддержание гармоничных и доброжелательных отношений между каким-либо субъектом (личность, организация, учреждение, партия, регион) и общественностью на основе взаимозависимости и партнерства – это ...	1) информирование 2) публицити 3) связи с общественностью 4) переговоры 5) продвижение	низкий	2,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите один правильный ответ 2. Комплекс форм деятельности, требующих для полноценного функционирования отрасли: печатные СМИ, радио- и телепередачи, интернет-ресурсы, работа профессионалов и функционирование медиаиндустрии – это ...	1) журналистика 2) политика 3) PR 4) СМИ 5) медиахолдинг	низкий	2,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите один правильный ответ 3. Процесс интеграции традиционных и новых медиа, который сопровождается дублированием контента и/или созданием альтернативных медиаплощадок – это ...	1) SMM 2) SEO-оптимизация 3) создание сайта организации 4) процесс регистрации и аккредитации СМИ 5) медиаконвергенция	низкий	2,0
ПК-1.1	Укажите один правильный	1) предподготовка – 1 этап	низкий	2,0

ОПК-5.2	ответ 4. Выработка решений, оценка альтернативных вариантов, предложения к клиенту, планирование осуществления решения происходят на каком этапе консультирования?	2) диагностика – 2 этап 3) планирование действий – 3 этап 4) внедрение – 4 этап 5) завершение работы – 5 этап		
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите один правильный ответ 5. Вид коммуникации между клиентом и рекламодателем с целью распространения оплаченной позитивной информации и привлечения новых людей (потенциальных клиентов) к товару или услуге называется ...	1) пресс-релиз 2) пост-релиз 3) реклама 4) маркетинг-кит 5) прямая продажа	низкий	2,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 6. Функции политического PR следующие	1) коммерческая 2) информационная 3) аналитическая 4) обеспечение успеха в политической конкурентной борьбе 5) управленческая	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 7. Продуктом консалтинга являются:	1) советы 2) рекомендации 3) совместно выработанные с клиентом решения 4) PR-тексты 5) SMM-стратегия	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 8. К методам PR можно отнести:	1) облагораживание окружающей среды в городе или регионе, где работает организация 2) отношения со средствами массовой информации (паблисити) 3) отношения с персоналом 4) отношения с финансовым сообществом 5) отношения с властными структурами 6) отношения с местным населением	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 9. Основные участники рекламного процесса – это...	1) рекламодатель 2) рекламопроизводитель 3) рекламораспространитель 4) коммерческий директор 5) СМИ 6) рекламополучатель	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все неверные ответы 10. Листовки и плакаты кандидата в предвыборной компании	1) должны быть яркими, выполненными в разных стилях, чтобы не приелись горожанам 2) розданы в день голосования в наибольшем количестве мест 3) выполнены в одном узнаваемом стиле, чтобы кандидат запомнился и легко выделялся из толпы 4) наклеены на всех заборах и во всех подъездах в самых видных	средний	5,0

		местах 5) содержать максимум полезной информации о кандидате: сфера интересов, характер, сведения о доходах и имуществе		
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 9. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области PR	1) Содружество специалистов рекламы и связей с общественностью 2) Международная ассоциация «Паблик рилейшинз» - IPRA (International Public Relation Association) 3) Комитет по решению споров в сфере рекламы и связей с общественностью г. Москвы 4) Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) 5) Конфедерация специалистов PR и рекламы	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 12. Основные модели политического консалтинга:	1) производственное 2) индивидуальное 3) групповое 4) долгосрочное 5) разовое	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 13. В политическом консалтинге «прицелка» на округ позволяет:	1) расставлять стратегические цели в день выборов 2) скорректировать ход избирательной кампании по логистике 3) эффективно сформировать и использовать фонд избирательной кампании 4) заручиться поддержкой лидеров общественного мнения и интеллектуальной элиты 5) объективно оценить состояние территорий	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 14. Задачи PR-деятельности можно сформулировать следующим образом:	1) прямые продажи 2) контроль над деятельностью подчиненных 3) завоевание доверия потребителей 4) позиционирование компании и поддержание позитивного имиджа 5) завоевание расположения государственных институтов, инвесторов и поставщиков	средний	5,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 15. В ходе избирательной кампании в первую очередь необходимо ...	1) провести тренинг сплочения команды кандидата 2) знать нужна ли кандидату победа 3) создать лаконичную «легенду» кандидата на основе его биографии и потребностей электората 4) сформулировать проблемы кандидата, которые могут помешать победе	средний	5,0

		5) купить автобус для перевозки артистов и группы поддержки		
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 16. Распределите представителей внутренней и внешней аудитории компании / предприятия:	1) Внешняя общественность 2) Внутренняя общественность А) рабочие, служащие Б) работники средств массовой информации В) поставщики, партнеры Г) государственные органы; Д) руководители Е) совет директоров Ж) группы специальных интересов (работники системы образования, спорта, здравоохранения и т.д.)	высокий	8,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 17. Распределите виды текстов по группам:	1) PR-тексты 2) журналистский текст 3) политический текст А) медиа-кит Б) репортаж В) агитация Г) лозунг Д) пресс-релиз	высокий	8,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Закончите предложение 18. Специалист, который отвечает за внешние коммуникации компании, бренда или продукта: общается со СМИ, проводит мероприятия для внутренней и внешней целевой аудитории, следит за тем, что говорят и пишут клиенты и как компания представлена в соцсетях – это ...		высокий	8,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Выберите правильную комбинацию ответов 19. Укажите комбинации, свойственный политической рекламе советского периода: а) художественный портрет + скульптура; б) политический плакат + политическая карикатура; в) листовки + холодные звонки; г) дегустации + сувенирная продукция	1) а, в 2) б, в 3) а, б, в 4) в, г 5) а, б	высокий	8,0
ПК-1.1 ОПК-5.2	Укажите все правильные ответы 20. Распределите источники информации по происхождению	1) социальные сети 2) СМИ А) Facebook Б) НТВ В) «Московский комсомолец» Г) «Эхо Москвы» Д) Одноклассники Е) ВКонтакте Ж) Twitter	высокий	8,0