

1. Анализ структуры и предпочтений целевых групп реализует
 - A) бюджетирование кампании
 - B) разработку активностей
 - C) направления воздействия
 - D) коррекцию результатов
 - E) диагностику общественностей
2. Основной способ передачи информации на телевидении
 - A) флэшевый
 - B) факторный
 - C) фракционный
 - D) фрагментарный
 - E) фирменный
3. Базовые ценности в PR
 - A) утвержденные документы
 - B) актуальные идеи
 - C) выгодные позиции
 - D) очевидные для всех понятия
 - E) исследования по общим проблемам
4. Задача пресс-службы государственного органа
 - A) проведение тимбилдингов
 - B) выпуск печатного бюллетеня
 - C) создание образа компетентного руководства и положительной деятельности организации
 - D) распространение корпоративных программ
 - E) работа с инвесторами
5. Целевая группа внутреннего PR
 - A) стейкхолдеры
 - B) промоутеры
 - C) персонал
 - D) конкуренты
 - E) спикеры
6. Замедленная реакция на запросы редакций СМИ и блогеров свидетельствует о
 - A) плохой работе оргтехники
 - B) недостаточности антикризисной подготовки
 - C) слабом обновлении медиакарты
 - D) отсутствии позиционирования в организации
 - E) неспособности спикеров организации делиться информацией
7. Объект связей с общественностью
 - A) идеи
 - B) средства
 - C) позиции
 - D) люди
 - E) системы

8. Первой площадкой развития PR выступили
- A) радио
 - B) журналы
 - C) интернет
 - D) телевидение
 - E) газеты
9. Термин «общественное мнение» ввел
- A) Солберси
 - B) Тобс
 - C) Гэллап
 - D) Блэк
 - E) Плак
10. Рыночная экономика обеспечивает
- A) социализацию стереотипов
 - B) формы информационного разнообразия
 - C) оплату коммуникаций
 - D) сохранение полученных данных
 - E) среду существования PR