**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, СТАТИСТИКИ И ФИНАНСОВ**

## Факультет экономической информатики

ВОПРОСЫ

по курсу:

**PUBLIC RELATIONS**

Выполнила: студентка группы ДМ-201 Токмачева М.Н.

Приняла: Лукашенко М.А.

# Москва,1996

В данной работе ставятся вопросы по курсу Public relations. На каждый из вопросов имеется по три варианта ответов, один из которых является правильным. Вопросы сгруппированы по четырем темам.

 **Тема 1. Отношения со средствами массовой информации.**

 Вопрос 1.

 Что такое пресс-центр?

 а) Главный цех предприятия отрасли машиностроения для производства прессов.

 б) Центральное помещение какого-либо газетного издательства.

 в) Орган компании, существующий для оказания содействия прессе, размеры и структура которого зависят от объема возможных потребностей в его услугах.

 Ответ: в).

 Вопрос 2.

 Что такое пресс-релиз?

 а) Информационное сообщение; наиболее распространенный способ передачи информации прессе.

 б) Отдел предприятия отрасли машиностроения, отвечающий за реализацию прессов.

 в) Зона, в которую не допускаются журналисты.

 Ответ: а).

 Вопрос 3.

 Журфикс - это

 а) взятка журналисту для подачи ложной информации в прессе;

 б) фиксированная оплата одной опубликованной в каком-либо журнале статьи;

 в) фиксированный день встречи с представителями прессы какой-то организации или группы организаций для общения и рассмотрения в неформальной обстановке группы вопросов?

 Ответ: в).

 **Тема 2. Презентации.**

 Вопрос 1.

 Презентация - это

 а) организация банкетных мероприятий в Палате Представителей;

 б) специальное шоу для демонстрации новых изделий и других нововведений;

 в) ряд мероприятий по проведению выборов президента какой-либо кампании или организации?

 Ответ: б).

 Вопрос 2.

 Чем отличается презентация от выставки?

 а) На презентациях, в отличие от выставок, запрещено распитие спиртных напитков.

 б) Эти понятия являются взаимозаменяющими; они равносильны по значению.

 в) На выставке экспонируются любые изделия, а презентация проводится с целью ознакомления потребителей с новейшей продукцией и любыми другими нововведениями.

 Ответ: в).

 Вопрос 3.

 Трейнинг - это

 а) расписание очередности следования грузовых составов по железным дорогам;

 б) услуги по повышению квалификации менеджеров и персонала, осуществляемые в форме активных методов обучения (деловые игры, построенные на проведении пробных конференций, презентаций, анализе различных ситуаций и т.д.);

 в) оплата за транспортировку продукции?

 Ответ: б).

 **Тема 3. RACE.**

 Вопрос 1.

 RACE - это

 а) социальное течение, главной целью которого является достижение уничтожения расовой дискриминации;

 б) название программы деятельности PR, образованное из начальных букв четырех ее составляющих:

 R - research,

 A - action,

 C - communication,

 E - evaluation;

 в) название организации, отвечающей за проведение гонок “Формула - 3” на территории Москвы и Московской области?

 Ответ: б).

 Вопрос 2.

 На какой период времени разрабатывается программа RACE?

 а) На 5 - 6 лет.

 б) На все время функционирования PR - компаний.

 в) Не более чем на 1 год.

 Ответ: в).

 Вопрос 3.

 Кетч - это

 а) сленговое название кетчупа и других соусов на томатной основе;

 б) переманивание журналистов из одного издательства в другое путем предложения более высокой оплаты труда;

 в) яркий рекламный лозунг, целью которого является привлечение внимания покупателей?

 Ответ: в).

 **Тема 4. PR на практике.**

 **4.1 Коммерция и промышленность.**

 Вопрос 1.

 Спонсорство - это

 а) один из видов предпринимательской деятельности, основная цель которого заключается в действиях на благо как самого предпринимателя, так и получателя его помощи;

 б) изменение величины спроса на рынке;

 в) искусство ведения научных споров, дискуссий?

 Ответ: а).

 Вопрос 2.

 Маркетинг - это

 а) инкрустация по дереву;

 б) комплекс мероприятий в области исследований торгово-сбытовой деятельности предприятия по изучению всех факторов, оказывающих влияние на процесс производства и продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю;

 в) разметка разграничительных полос на дорогах?

 Ответ: б).

 Вопрос 3.

 Явные издержки фирмы - это

 а) расходы фирмы на оплату используемых факторов производства (природных ресурсов, труда, капитала, предпринимательской способности), не являющихся собственностью фирмы;

 б) финансовые средства фирмы, направленные на уплату налогов;

 в) прибыль от реализации продукции фирмы?

 Ответ: а).

**4.2 Правительство.**

 Вопрос 1.

 В структуре правительственной службы PR отдел бриффингов является четвертым отделом. Чем он занимается?

 а) Работа этого отдела в основном сосредоточена на создании кинофильмов, подготовке коммерческих плакатов, афиш, рекламных брошюр и прочих материалов.

 б) Отдел занимается сбором информации о деятельности службы в целом и ее передачей в распоряжение пресс-отдела, отдела рекламы и Центрального управления информации для распространения за рубежом.

 в) Отвечает за проведение пресс-конференций.

 Ответ: б).

 Вопрос 2.

 Лоббирование - это

 а) услуги по взаимодействию с государственными органами с целью создания оптимальных условий для деятельности фирмы;

 б) оборонное действие при нападении, заключающееся в нанесении противнику серии ударов в лоб;

 в) медицинская операция, связанная с удалением злокачественных опухолей в теменной области, требующая хирургического вмешательства?

 Ответ: а).

 Вопрос 3.

 Что означает субсидирование?

 а) Административное средство поощрения деятельности какой-либо организации государством.

 б) Мероприятия по сбору средств, осуществляемые в рамках программы RACE, для проведения избирательных кампаний.

 в) Предоставление финансовой помощи от правительственных органов и местных властей.

 Ответ: в).

**4.3 Некоммерческие сферы.**

 Вопрос 1.

 Какая из перечисленных ниже организаций относится к некоммерческим:

 а) частная школа;

 б) частное туристическое агенство;

 в) городская больница?

 Ответ: в).

 Вопрос 2.

 К какой сфере применения деятельности PR на практике относятся мероприятия по сбору средств на нужды здравоохранения, управлению добровольческими организациями:

 а) к некоммерческой сфере;

 б) к сфере коммерции и промышленности;

 в) к сфере взаимоотношений с правительством?

 Ответ: а).

 Вопрос 3.

 Какая страна первой признала исключительную важность интересов и прав потребителей:

 а) США;

 б) Великобритания;

 в) Япония?

 Ответ: а).