

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 18.06.2025 06:08:08
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e626744441998009c8dcb1183c

**Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:
«Связи с обществом в управленческой деятельности»**

Квалификация выпускника	бакалавр
Направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Направленность (профиль)	Управление и аналитика в государственном и муниципальном секторе <i>наименование</i>
Форма обучения	очная
Кафедра разработчик	Государственного и муниципального управления и управления персоналом <i>наименование</i>
Выпускающая кафедра	Государственного и муниципального управления и управления персоналом <i>наименование</i>

№ п. п.	Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
1.	ПК-6.3	1. Имидж от репутации отличается тем, что: (выберите один правильный ответ)	а) привлекает тех, кто нужен для успеха б) больше поддается искусственному построению в) помогает добиваться поставленных целей г) отражает внутреннюю сущность индивида	низкий
2.	ПК-6.3	2. Основная функциональная задача PR-служб в органах власти: (выберите один правильный ответ)	а) участие в демократизации государственного управления б) использование манипулятивных технологий в) повышение уровня жизни населения г) разработка спонсорской рекламы	низкий
3.	ПК-6.3	3. Эффективность PR-компании оценивается по: (выберите один правильный ответ)	а) достижению конечной цели б) популярности продвигаемого объекта в) скорости устранения проблем г) количеству привлеченных спонсорских средств	низкий
4.	ПК-6.3	Деятельность PR-структур в процессе работы во внутрикорпоративной среде направлена на: (выберите один правильный ответ)	а) подавление негативного отношения коллектива к внедряемым изменениям б) изменение внешнего вида сотрудников в) развитие корпоративной культуры г) материальное стимулирование сотрудников	низкий
5.	ПК-6.3	5. Задачи, входящие в круг деятельности PR-специалиста: (выберите один правильный ответ)	а) изучение и прогнозирование состояния общественного мнения б) разработка государственной целевой программы в) выявление закономерностей развития социальных структур г) установление контактов с руководством вышестоящей организации	низкий
6.	ПК-6.3	6. К СМИ относится: (впишите правильный ответ) _____	а) Интернет (официальные сайты) б) индивид в) кадровые агентства г) неформальные источники информации	средний
7.	ПК-6.3	7. Внутренняя задача службы PR: (выберите 2 правильных ответа)	а) изучение общественного мнения; б) разработка рекомендаций по формированию имиджа организации; в) установление контактов со СМИ; г) профилактика конфликтов д) укрепление корпоративной культуры	средний

8.	ПК-6.3	8. К задачам, решаемым подразделениями PR в государственных органах власти, <i>не относится:</i> (выберите 2 правильных ответа)	а) взаимодействие с представителями СМИ на постоянной основе б) информирование населения о деятельности органа власти, работу которого обязана освещать пресс-служба в) демонстрация и дегустация продукции г) организация «круглых столов» и других встреч с деловыми кругами, проведение брифингов, пресс-конференций д) размещение коммерческой рекламы	средний
9.	ПК-6.3	9. Имидж субъекта – это образ субъекта, ...: (выберите 2 правильных ответа)	а) создаваемый имиджмейкерами б) сложившийся в сознании самого субъекта; в) состоящий из внешнего вида г) сложившийся в массовом сознании	средний
10.	ПК-6.3	10. Комплекс мероприятий, связанных с прогнозированием, недопущением или преодолением репутационного кризиса организации, это: _____ (впишите один правильный ответ)	а) PR-деятельность б) антикризисный PR в) социальная реклама г) связи с общественностью	средний
11.	ПК-6.3	11. Составляющий элемент внутреннего имиджа организации: (выберите 2 правильных ответа):	а) имидж руководства б) имидж сотрудников в) продукция г) услуги	средний
12.	ПК-6.3	12. Категории внутренней общественности организации: _____ (впишите один правильный ответ)	а) спонсоры б) участники мероприятий в) сотрудники г) потенциальные потребители д) конкуренты	средний
13.	ПК-6.3	13. Основание для выделения имиджа руководителя, имиджа организации, политического имиджа, имиджа территории: (выберите 2 правильных ответа)	а) внешний вид б) эмоциональная окраска в) целенаправленность PR-деятельности г) содержание имиджа д) узнаваемость образа	средний
14.	ПК-6.3	14. Основная функция PR-мероприятий, проводимых органами власти:	а) проведение социальной политики б) формирование положительного имиджа в) привлечение к мероприятию спонсоров г) взаимодействие с крупными предприятиями д) установление связей с общественностью	средний

		(выберите 2 правильных ответа)		
15.	ПК-6.3	15. Задачи, входящие в круг деятельности PR-специалиста: (выберите 3 правильных ответа):	а) изучение общественного мнения б) прогнозирование состояния общественного мнения в) выработка стратегии развития организации; г) мониторинг СМИ д) установление контактов с вышестоящим руководством	средний
16.	ПК-6.3	16. Установите соответствие:	А) имидж Б) репутация В) связи с общественностью 1. мнение группы субъектов о человеке, группе людей или организации на основе определённого критерия 2. процесс стратегической коммуникации, которая создает взаимовыгодные отношения между организациями и общественностью 3. совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом	высокий
17.	ПК-6.3	17. Основные функции официальных СМИ: (выберите все правильные варианты ответов из предложенных)	а) субъективное отражение жизни общества, исходя из мнения собственников СМИ б) удовлетворение информационных потребностей личности, различных общественных групп и организаций, содействие их активному участию в процессах экономической, политической и культурной жизни общества в) обеспечение коммуникации между населением и властью г) производство информации, препятствующее общественному прогрессу и обогащению духовного потенциала общества	высокий
18.	ПК-6.3	18. Установите соответствие между принципами связей с общественностью в органах власти и их определениями:	а) своевременное реагирование на происходящие события б) полнота информирования общественности о деятельности и решениях органа власти в) каждое действие должно в итоге приводить к достижению запланированного результата г) неукоснительное следование нормам законодательства 1. открытость 2. законность 3. оперативность 4. системность	высокий
19.	ПК-6.3	19. Установите соответствие между функциями связей с общественностью в органах власти и их определениями:	1. информационно-аналитическая 2. коммуникативная 3. консультативная а) консультативная работа с гражданами и сотрудниками б) мониторинг и анализ общественного мнения и публикаций прессы	высокий

			<p>в) установление и поддержание связей с гражданами и организациями; своевременное информирование общественности о сути принимаемых решений</p> <p>г) осуществление видеозаписей заседаний, ведение архива</p>	
20.	ПК-6.3	<p>20. Согласно Федеральному закону «О рекламе» № 38-ФЗ, установите соответствие видов рекламы и ее определений</p>	<p>1. Социальная реклама 2. Коммерческая реклама 3. Спонсорская реклама</p> <p>а) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства</p> <p>б) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке</p> <p>в) реклама, направленная на изменение политического поведения общества</p> <p>г) реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре</p>	высокий