

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 15.06.2026 07:24:22  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:**

**Дисциплина «Связи с общественностью в публичной политике»,**

**5 СЕМЕСТР**

Код, направление подготовки	41.03.04 Политология
Направленность (профиль)	Государственная политика и управление
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Политологии и философии
Выпускающая кафедра	Политологии и философии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите один правильный ответ</b> 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) паблисити 3) связи с общественностью 4) переговоры 5) продвижение	низкий
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите один правильный ответ</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите один правильный ответ</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите один правильный ответ</b>	1) подготовка – 1 этап 2) диагностика – 2 этап	низкий

	4. Выработка решений, оценка альтернативных вариантов, предложения к клиенту, планирование осуществления решения происходят на каком этапе консультирования?	3) планирование действий – 3 этап 4) внедрение – 4 этап 5) завершение работы – 5 этап	
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите один правильный ответ</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 6. Функции политического PR следующие	1) коммерческая 2) информационная 3) аналитическая 4) обеспечение успеха в политической конкурентной борьбе 5) управленческая	средний
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 7. Продуктом консалтинга являются:	1) советы 2) рекомендации 3) совместно выработанные с клиентом решения 4) PR-тексты 5) SMM-стратегия	средний
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 9. Основные участники рекламного процесса – это...	1) рекламодатель 2) рекламопроизводитель 3) рекламораспространитель 4) коммерческий директор 5) СМИ 6) рекламополучатель	средний
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все неверные ответы</b> 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

		местах 5) содержать максимум полезной информации о кандидате: сфера интересов, характер, сведения о доходах и имуществе	
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 12. Основные модели политического консалтинга:	1) производственное 2) индивидуальное 3) групповое 4) долгосрочное 5) разовое	средний
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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) купить автобус для перевозки артистов и группы поддержки	
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Закончите предложение</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Выберите правильную комбинацию ответов</b> 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
УК-4.1 ПК-1.1	<b>Укажите все правильные ответы</b> 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