

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»,

7 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 |
|-------------------------|--|--|-----------------------|
| 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) паблисити 3) связи с общественностью 4) переговоры 5) продвижение | низкий |
| 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 |
| 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 |
| ПК-1.1 ОПК-5.2 | Укажите один правильный ответ 4. Выработка решений, оценка альтернативных вариантов, предложения к клиенту, планирование осуществления решения происходят на каком этапе консультирования? | 1) предподготовка – 1 этап 2) диагностика – 2 этап 3) планирование действий – 3 этап 4) внедрение – 4 этап 5) завершение работы – 5 этап | низкий |
| 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 | 1) пресс-релиз 2) пост-релиз 3) реклама 4) маркетинг-кит 5) прямая продажа | низкий |

| | | | |
|-------------------|---|--|---------|
| | клиентов) к товару или услуге называется ... | | |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 местах 5) содержать максимум полезной информации о кандидате: сфера интересов, характер, сведения о доходах и имуществе | средний |
| 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 обще- | средний |

| | | | |
|-------------------|--|--|---------|
| | | <p>ственность г. Москвы</p> <p>4) Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)</p> <p>5) Конфедерация специалистов PR и рекламы</p> | |
| ПК-1.1 ОПК-5.2 | Укажите все правильные ответы 12. Основные модели политического консалтинга: | <p>1) производственное</p> <p>2) индивидуальное</p> <p>3) групповое</p> <p>4) долгосрочное</p> <p>5) разовое</p> | средний |
| ПК-1.1 ОПК-5.2 | Укажите все правильные ответы 13. В политическом консалтинге «прицелка» на округ позволяет: | <p>1) расставлять стратегические цели в день выборов</p> <p>2) скорректировать ход избирательной компании по логистике</p> <p>3) эффективно сформировать и использовать фонд избирательной компании</p> <p>4) заручиться поддержкой лидеров общественного мнения и интеллектуальной элиты</p> <p>5) объективно оценить состояние территорий</p> | средний |
| ПК-1.1 ОПК-5.2 | Укажите все правильные ответы 14. Задачи PR-деятельности можно сформулировать следующим образом: | <p>1) прямые продажи</p> <p>2) контроль над деятельностью подчиненных</p> <p>3) завоевание доверия потребителей</p> <p>4) позиционирование компании и поддержание позитивного имиджа</p> <p>5) завоевание расположения государственных институтов, инвесторов и поставщиков</p> | средний |
| ПК-1.1 ОПК-5.2 | Укажите все правильные ответы 15. В ходе избирательной кампании в первую очередь необходимо ... | <p>1) провести тренинг сплочения команды кандидата</p> <p>2) знать нужна ли кандидату победа</p> <p>3) создать лаконичную «легенду» кандидата на основе его биографии и потребностей электората</p> <p>4) сформулировать проблемы кандидата, которые могут помешать победе</p> <p>5) купить автобус для перевозки артистов и группы поддержки</p> | средний |
| ПК-1.1 ОПК-5.2 | Укажите все правильные ответы 16. Распределите представителей внутренней и внешней аудитории компании / предприятия: | <p>1) Внешняя общественность</p> <p>2) Внутренняя общественность</p> <p>А) рабочие, служащие</p> <p>Б) работники средств массовой информации</p> <p>В) поставщики, партнеры</p> <p>Г) государственные органы;</p> <p>Д) руководители</p> <p>Е) совет директоров</p> <p>Ж) группы специальных интересов (работники системы образования, спорта, здравоохранения и</p> | высокий |

| | | | |
|-------------------|--|--|---------|
| | | т.д.) | |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |