



PR и работа со СМИ.фип_БАК_РиСО_н/с

- 1 Событие, которое привлекает внимание широкой публики или представителей целевой аудитории бренда, - это ...
- 2 Что является главной задачей PR-специалиста в контексте инфоповодов?
- 3 Какой из перечисленных пунктов является примером искусственного инфоповода?
- 4 Какой из перечисленных пунктов является примером естественного инфоповода?
- 5 Упорядочите этапы выбора СМИ для продвижения компании:
- 6 Какое из перечисленных СМИ является специализированным?
- 7 Какой тип СМИ характеризуется блогом Skyeng?
- 8 Какое из перечисленных СМИ имеет наибольший охват аудитории?
- 9 Какой фактор НЕ влияет на выбор СМИ для продвижения компании?
- 10 Какой из перечисленных типов СМИ наиболее эффективно подходит для продвижения товаров для детей?
- 11 Соотнесите тип PR-материала с его описанием:
- 12 Какой из перечисленных элементов НЕ является обязательным для пресс-релиза?
- 13 Какой сервис можно использовать для определения рейтинга СМИ?
- 14 Какой показатель отражает количество перепубликаций материалов СМИ другими изданиями?
- 15 Какой критерий выбора СМИ наиболее важен при продвижении сервиса доставки здоровой еды?
- 16 Какой из перечисленных показателей НЕ является частью рейтинга СМИ?
- 17 Какой сервис предоставляет информацию о наиболее значимых событиях и инфоповодах года?





- 18) Соотнесите вкладку сервиса Медиалогия с ее описанием:
- 19) Какой тип рейтинга в сервисе Медиалогия наиболее подходит для PR-кампании, направленной на повышение узнаваемости бренда в социальных сетях?
- 20) Какой тип рейтинга в сервисе Медиалогия наиболее подходит для PR-кампании, направленной на расширение охвата аудитории в определенном регионе?
- 21) Какой из перечисленных факторов НЕ влияет на позицию СМИ в рейтинге?
- 22) Предположим, вы являетесь PR-специалистом компании "АвтоМир", которая занимается продажей автомобилей. Вам необходимо создать искусственный инфоповод для привлечения внимания СМИ. Как вы можете это сделать?
- 23) Допустим, вы являетесь PR-специалистом компании "Спорт-Life", который занимается организацией спортивных мероприятий. Какие СМИ лучше всего использовать для привлечения внимания целевой аудитории?
- 24) Какой инструмент рекомендуется использовать для поиска СМИ, которые пишут на интересующие вас темы?
- 25) Какой из перечисленных сервисов НЕ является сервисом для поиска контактов журналистов?
- 26) Упорядочите этапы установления контакта с журналистом по порядку их выполнения:
- 27) Что важно учитывать при выборе способа связи с журналистом?
- 28) Какой из перечисленных пунктов является наиболее эффективным способом установления контакта с журналистом, если его имя и контакты известны?
- 29) Какой из перечисленных каналов является важным для Санкт-Петербурга?
- 30) Что является главным преимуществом выхода на ТВ-эфир для PR-компании?
- 31) Какие два типа выхода на ТВ-эфир описаны в тексте?
- 32) Что является главным критерием при выборе эксперта для ТВ-эфира?





- 33) Какую роль играют вопросы, заданные редакцией ведущему в подготовке к ТВ-эффиру?
- 34) Упорядочите этапы подготовки к ТВ-эффиру по порядку их выполнения:
- 35) Какие ключевые элементы необходимо уточнять при подготовке публикации в СМИ?
- 36) Какой из перечисленных элементов НЕ является частью процесса проверки финальной верстки публикации?
- 37) Какой из перечисленных форматов наиболее подходит для отправки материала редакции?
- 38) Какой из перечисленных элементов НЕ является частью процесса внесения правок в текст публикации?
- 39) Какой из перечисленных пунктов НЕ является рекомендацией для подготовки эксперта к ТВ-эффиру?
- 40) Какой из перечисленных пунктов НЕ является фактором, который может повлиять на ход ТВ-эфира?
- 41) Что рекомендуется сделать, чтобы эксперт выглядел максимально естественно в кадре?
- 42) Какой из перечисленных пунктов является главным критерием для определения необходимости предварительной подготовки к ТВ-эффиру?
- 43) Какой из перечисленных пунктов НЕ является преимуществом выступления в записи по сравнению с прямым эфиром?
- 44) Какой из перечисленных пунктов НЕ является важным для успешной подготовки к ТВ-эффиру?
- 45) Представьте, что вы – специалист по связям с общественностью Яндекса. Вы готовите статью о новой функции "Яндекс.Маркета" для журнала "Forbes". Редакция журнала просит добавить в статью информацию о новой разработке "Яндекс.Такси", которая не имеет прямого отношения к теме статьи. Ваши действия:
- 46) Допустим, вы готовите статью о новых функциях операционной системы iOS 17 для журнала "Macworld". Вам нужно указать дату выхода новой версии операционной системы. Ваши действия:
- 47) Какой инструмент можно использовать для измерения эффективности PR-кампании?
- 48) Каким способом можно определить охват аудитории PR-кампании?





- 49) Как можно измерить уровень упоминания экспертов компании в PR-материалах?
- 50) Что является основным фактором, влияющим на рост посещаемости сайта компании в результате PR-кампании?
- 51) Упорядочите этапы измерения эффективности PR-кампании:
- 52) Какой показатель эффективности PR-кампании позволяет оценить, насколько хорошо компания представлена в поисковой выдаче?
- 53) Как можно оценить тональность публикаций о компании в рамках измерения эффективности PR-кампании?
- 54) Каким образом можно измерить рост посещаемости сайта компании?
- 55) Какое из перечисленных действий НЕ является частью процесса определения ключевых слов для измерения эффективности PR-кампании?
- 56) Соотнесите этап антикризисного пиара с соответствующим действием:
- 57) Какой шаг является первым при возникновении кризисной ситуации?
- 58) Что является важным элементом работы с кризисной ситуацией?
- 59) Какое из перечисленных действий является частью процесса создания пресс-релиза с опровержением?
- 60) Что важно учитывать при публикации информации в социальных сетях?
- 61) Какой элемент является частью процесса антикризисного пиара?
- 62) Почему важно сообщать аудитории о публикациях в СМИ?
- 63) Какая из перечисленных задач является основной при использовании корпоративных блогов в социальных медиа?
- 64) Какой из перечисленных элементов является частью процесса создания контента для корпоративного блога?
- 65) Какой из перечисленных элементов можно использовать для повышения интереса аудитории к публикации в СМИ?
- 66) Упорядочите этапы работы с корпоративным блоггом:





- 67) Какой из перечисленных элементов является частью процесса работы с комментариями в корпоративном блоге?
- 68) Предположим, компания "Sberbank" провела благотворительную акцию. Как можно использовать корпоративный блог в социальных сетях, чтобы рассказать об этом событии аудитории и повысить ее доверие к компании?
- 69) Допустим, компания "Sberbank" столкнулась с обвинениями в недобросовестной рекламе. Как можно смягчить негативный эффект от этой ситуации?
- 70) Событие, которое привлекает внимание широкой публики или представителей целевой аудитории бренда, - это ...
- 71) Что является главной задачей PR-специалиста в контексте инфоповодов?
- 72) Какой из перечисленных пунктов является примером искусственного инфоповода?
- 73) Что является главным требованием к информации в инфоповоде?
- 74) Упорядочите этапы выбора СМИ для продвижения компании:
- 75) Какой критерий инфоповода отражает его новизну и редкость?
- 76) Какой тип СМИ характеризуется блогом Skyeng?
- 77) Показатель качества распространения контента СМИ, - это ...
- 78) Какой фактор НЕ влияет на выбор СМИ для продвижения компании?
- 79) Какой из перечисленных типов СМИ наиболее эффективно подходит для продвижения товаров для детей?
- 80) Соотнесите тип PR-материала с его описанием:
- 81) Какой из перечисленных элементов НЕ является обязательным для пресс-релиза?
- 82) Какой сервис можно использовать для определения рейтинга СМИ?
- 83) Какой из перечисленных элементов НЕ является частью рейтинга по регионам?





- 84 Какой критерий выбора СМИ является наиболее важным для компании, которая стремится получить максимальный охват аудитории?
- 85 Какой из перечисленных показателей НЕ является частью рейтинга СМИ?
- 86 Какой сервис предоставляет информацию о наиболее значимых событиях и инфоповодах года?
- 87 Соотнесите вкладку сервиса Медиалогия с ее описанием:
- 88 Какой из перечисленных сервисов НЕ предназначен для определения рейтинга СМИ?
- 89 Какой из перечисленных факторов НЕ влияет на позицию СМИ в рейтинге?
- 90 Крайний срок, к которому нужно предоставить готовую публикацию, - это ...
- 91 Упорядочите этапы установления контакта с журналистом по порядку их выполнения:
- 92 Что важно учитывать при выборе способа связи с журналистом?
- 93 Упорядочите этапы внесения правок в текст публикации:
- 94 Событие, которое организуется компанией для общения с журналистами и распространения информации, - это ...
- 95 Какие два типа выхода на ТВ-эфир описаны в тексте?
- 96 Укажите два основных способа отслеживания публикации в СМИ:
- 97 Какую роль играют вопросы, заданные редакцией ведущему в подготовке к ТВ-эфиру?
- 98 Упорядочите этапы подготовки к ТВ-эфиру по порядку их выполнения:
- 99 Какие ключевые элементы необходимо уточнять при подготовке публикации в СМИ?
- 100 Какой из перечисленных элементов НЕ является частью процесса проверки финальной верстки публикации?
- 101 Какой из перечисленных форматов наиболее подходит для отправки материала редакции?





- 102 Какой из перечисленных элементов НЕ является частью процесса внесения правок в текст публикации?
- 103 Какой из перечисленных пунктов НЕ является рекомендацией для подготовки эксперта к ТВ-эфиру?
- 104 Какой из перечисленных пунктов НЕ является фактором, который может повлиять на ход ТВ-эфира?
- 105 Что рекомендуется сделать, чтобы эксперт выглядел максимально естественно в кадре?
- 106 Какой из перечисленных пунктов является главным критерием для определения необходимости предварительной подготовки к ТВ-эфиру?
- 107 Какой из перечисленных пунктов НЕ является преимуществом выступления в записи по сравнению с прямым эфиром?
- 108 Какой из перечисленных пунктов НЕ является важным для успешной подготовки к ТВ-эфиру?
- 109 Какой из перечисленных элементов НЕ является частью процесса отслеживания публикации в СМИ?
- 110 Какой инструмент можно использовать для измерения эффективности PR-кампании?
- 111 Количество людей, которые увидели или прочитали информацию о компании, ее продуктах или услугах в СМИ, - это ...
- 112 Как можно измерить уровень упоминания экспертов компании в PR-материалах?
- 113 Что является основным фактором, влияющим на рост посещаемости сайта компании в результате PR-кампании?
- 114 Упорядочите этапы измерения эффективности PR-кампании:
- 115 Какой показатель эффективности PR-кампании позволяет оценить, насколько хорошо компания представлена в поисковой выдаче?
- 116 Как можно оценить тональность публикаций о компании в рамках измерения эффективности PR-кампании?
- 117 Каким образом можно измерить рост посещаемости сайта компании?
- 118 Какой из перечисленных инструментов можно использовать для отслеживания позиций компании в поисковой выдаче?





- 119 Соотнесите этап антикризисного пиара с соответствующим действием:
- 120 Какой шаг является первым при возникновении кризисной ситуации?
- 121 Что является важным элементом работы с кризисной ситуацией?
- 122 Какое из перечисленных действий является частью процесса создания пресс-релиза с опровержением?
- 123 Какой шаг является частью процесса реагирования на кризисную ситуацию?
- 124 Какой элемент является частью процесса антикризисного пиара?
- 125 Какой шаг является частью процесса реагирования на кризисную ситуацию?
- 126 Какая из перечисленных задач является основной при использовании корпоративных блогов в социальных медиа?
- 127 Какой из перечисленных элементов является частью процесса создания контента для корпоративного блога?
- 128 Какой из перечисленных элементов можно использовать для повышения интереса аудитории к публикации в СМИ?
- 129 Упорядочите этапы работы с корпоративным блоггом:
- 130 Рассмотрим компанию "Светлый Дом", которая занимается производством светодиодных лампочек. У компании долгий цикл производства, и каждый месяц нет новых товаров для новостей. Как PR-специалист, вы можете создать искусственный инфоповод, чтобы привлечь внимание СМИ?
- 131 Допустим, вы являетесь PR-специалистом компании "Спорт-Life", который занимается организацией спортивных мероприятий. Какие СМИ лучше всего использовать для привлечения внимания целевой аудитории?
- 132 Допустим, вы готовите статью о новых функциях операционной системы iOS 17 для журнала "Macworld". Вам нужно указать дату выхода новой версии операционной системы. Ваши действия:
- 133 Представьте такую ситуацию: вы получаете финальную верстку статьи о новом алгоритме работы "Яндекс.Поиска" для журнала "Коммерсантъ". В статье указано, что алгоритм работает с 2015 года, в то время как он был запущен в 2018 году. Ваши действия:





- 134 Допустим, компания "Nike" выпустила новую коллекцию спортивной одежды. Как можно использовать корпоративный блог в социальных сетях, чтобы рассказать об этом событии аудитории и вызвать интерес к покупке?
- 135 Рассмотрим такую ситуацию: компания "Яндекс" оказалась в центре скандала, связанного с утечкой персональных данных. Какое действие является наиболее эффективным для урегулирования ситуации?

