



Формирование имиджа и связи с общественностью в органах государственной власти и управления.фмен_БАК

- 1) Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:
- 2) В основе событийного PR лежит:
- 3) Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:
- 4) Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:
- 5) Имидж носит характер:
- 6) Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:
- 7) Для участия граждан в принятии государственных решений создан федеральный интернет-портал:
- 8) Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:
- 9) Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния:
- 10) Государственный орган имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:
- 11) Проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство» занимается:
- 12) Эмоционализация как инструмент, используемый при формировании имиджа – это ...
- 13) Имидж, основанный на уходящих в глубину столетий ассоциациях, не позволяющий представить страну динамичной, современной – это ... имидж.





- 14) Мифологизация как инструмент, используемый при формировании имиджа – это ...
- 15) Институциональные факторы формирования образа России
- 16) Социологические факторы формирования образа России
- 17) Имидж территории, нуждающийся не в изменении, а в усилении, подтверждении и распространении на возможно большее количество целевых групп потребителей
- 18) Элементы, составляющие структуру имиджа страны
- 19) Последовательность этапов в цикле планирования продвижения региона
- 20) Последовательность этапов в процессе разработки программы продвижения региона
- 21) Что используется в PR для влияния на общественное мнение?
- 22) Что является главной целью PR?
- 23) Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:
- 24) Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью
- 25) Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"

