

تعداد سوالات: تستی: ۲۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: تکنیکهای روابط عمومی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۲۴۴۲

۱- لازمه یک برنامه ریزی دقیق در یک واحد روابط عمومی توجه به کدام عامل را ضرورت می بخشد؟

۰۱. برقراری ارتباط با مخاطبان
۰۲. شناخت علمی از سازمان
۰۳. شناسایی نیاز مخاطبان
۰۴. شناسایی مخاطبان سازمان

۲- کدام گزینه تعریف واژه افکار عمومی از دیدگاه پول را نشان می دهد؟

۰۱. افکار عمومی، ابراز عقیده در یک مسئله مورد اختلاف است.
۰۲. افکار عمومی برآیند گرایش ها و قضاوت های ذهن افراد یک واحد اجتماعی نسبت به یک جریان اجتماعی است.
۰۳. افکار عمومی با گسترش رسانه های همگانی و سازمان های سیاسی تسریع یافته است.
۰۴. افکار عمومی حاصل کنش متقابل فردی و گروهی است که می توان آن را یک تولید اجتماعی نامید.

۳- کدام مولفه نشان دهنده مهم ترین عامل در شکل و گسترش روابط عمومی در سازمان ها است؟

۰۱. مطبوعات
۰۲. وسایل ارتباط جمعی
۰۳. اینترنت
۰۴. افکار عمومی

۴- نتایج حاصل از سنجش ارتباطات در یک واحد روابط عمومی در کدام زمینه ها کاربرد دارد؟

۰۱. موضوعاتی را در بر می گیرند که به مسائل ارتباطی بستگی دارد، اطلاعات به دست آمده مصرف داخلی دارد.
۰۲. اطلاعات بدست آمده مصرف داخلی دارد، وضوح آثار و نوشته های خدمات و تولیدات سازمان
۰۳. وضوح آثار و نوشته های خدمات و تولیدات سازمان، موضوعاتی را در بر می گیرند که به مسائل ارتباطی بستگی دارد.
۰۴. شناخت تولیدات و خدمات سازمان، اطلاعات بدست آمده مصرف داخلی دارد.

۵- توجه به کدام مولفه میدان عمل برنامه روابط عمومی را محدود می سازد؟

۰۱. تعیین هدف روابط عمومی
۰۲. انتخاب مخاطبان روابط عمومی
۰۳. تحقیق و پژوهش روابط عمومی
۰۴. تعیین پیام های متناسب در روابط عمومی

۶- در تدوین پیام های روابط عمومی کدام مولفه باید مورد توجه قرار گیرد تا همه جوانب برنامه را در برگیرد؟

۰۱. شعاری بودن پیام
۰۲. توصیفی بودن پیام
۰۳. کلیت پیام
۰۴. روشنی پیام

۷- تدوین برنامه های روابط عمومی توجه به کدام مولفه ها را ضروری می سازد؟

۰۱. نقش ارتباطات، اهداف روابط عمومی، فعالیت مطبوعات، انتشارات
۰۲. خلاصه برنامه، اهداف روابط عمومی، فعالیت مطبوعات، انتشارات
۰۳. مقدمه (استدلال)، نقش ارتباطات، اهداف روابط عمومی، انتشارات
۰۴. خلاصه برنامه، مقدمه (استدلال)، اهداف روابط عمومی، نقش ارتباطات

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۲۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: تکنیکهای روابط عمومی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۲۴۴۲

۸- کدام گزینه عامل های تعیین کننده بودجه برنامه روابط عمومی را نشان می دهد؟

۰۱. درخواست مشتری و ماهیت برنامه روابط عمومی
۰۲. ماهیت برنامه ، ارزیابی برنامه روابط عمومی
۰۳. درخواست های مشتری، تبلیغات جاری
۰۴. ارزیابی برنامه روابط عمومی ، درخواست مشتری

۹- کدام گزینه اثر موفقیت یا شکست برنامه روابط عمومی را به صورت مشخص ارائه می دهد؟

۰۱. گردش های رسانه ای در روابط عمومی
۰۲. ارتباط با رسانه در روابط عمومی
۰۳. تهیه بسته های مطبوعاتی
۰۴. مطالعات موردی و شناخت ویژگی

۱۰- کدام گزینه تئوری ریاضی ارتباط را نشان می دهد؟

۰۱. ارتباط صرف انتقال و انتشار آگاهی ها و اندیشه هاست.
۰۲. ارتباط صرف فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی در یک شخص به شخص دیگر
۰۳. ارتباط صرف تمام جریانهایی است که بوسیله آنها یک اندیشه می تواند اندیشه دیگر را تحت تأثیر قرار دهد.
۰۴. ارتباط صرف تمام جریان هایی است که به وسیله آن آگاهی ها و اندیشه انتشار می یابد.

۱۱- کدام گزینه معرف جریان ساده ارتباطی است؟

۰۱. پیام دهنده ، پیام ، پیام گیرنده
۰۲. منشا، ارتباط گر، وسیله ارتباطی
۰۳. مخاطبان ، ارتباط گر، بازگشت
۰۴. منشا، بازگشت، پیام گیرنده

۱۲- ارتباط درون سازمانی توسط کدام گزینه ترسیم می گردد؟

۰۱. برگزاری جلسات آزاد بین کارکنان و مدیریت ، برگزاری جلسه با قشرهای مختلف
۰۲. برگزاری جلسات پرسش و پاسخ ، جلسات آزاد بین کارکنان و مدیریت
۰۳. برگزاری جلسات پرسش و پاسخ ، برگزاری جلسه با قشر های مختلف
۰۴. ارتباطات تلفنی، ارتباطات مکاتبه ای ارتباطات تلفنی، ارتباطات مکاتبه ای

۱۳- کدام گزینه عناصر اساسی یک رسانه متعادل را نشان می دهد؟

۰۱. چند رسانه ها ، دیجیتالی کردن، تلویزیون
۰۲. فیبرنوری، چند رسانه ها، رایانه ها
۰۳. دیجیتالی کردن، فیبر نوری، چند رسانه ها
۰۴. دیجیتالی کردن، فیبر نوری، تلویزیون

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۲۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: تکنیکهای روابط عمومی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۲۴۴۲

۱۴- جاذب بودن یک پیام در واحد روابط عمومی به کدام ویژگی ها متکی است؟

۱. تجانس پیام با محیط، تطابق عملکرد، عدم توجه ارسال کنندگان سطح آموزشی
۲. تطابق عملکرد، عدم توجه ارسال کنندگان سطح آموزشی، تجانس پیام با محیط
۳. شناخت مخاطب و استفاده از ویژگی های روانی و اجتماعی او، عدم توجه ارسال کنندگان سطح آموزشی، تطابق عملکرد.
۴. تجانس پیام با محیط، تطابق عملکرد پیام با محیط، شناخت مخاطب و استفاده از ویژگی های روانی و اجتماعی او

۱۵- کدام گزینه مراحل سنجش ارتباطات در روابط عمومی را بیان می نماید؟

۱. تدوین پرسشنامه، مشخص کردن اطلاعات مورد نیاز، تحلیل آماری تحقیق
۲. تحلیل داده ها و تهیه گزارش نهایی، تدوین پرسشنامه، تحلیل آماری تحقیق
۳. مشخص کردن اطلاعات مورد نیاز، تدوین پرسشنامه، تحلیل داده ها، و تهیه گزارش نهایی
۴. تدوین پرسشنامه، مشخص کردن اطلاعات مورد نیاز، تحلیل آماری تحقیق

۱۶- کدامین دلایل سبب می گردد تا یک واحد روابط عمومی به ارزیابی برنامه ها می پردازد؟

۱. توضیح ضرورت انتقال خط مشی یک برنامه، تبیین پیامهای روابط عمومی، اجرای برنامه روابط عمومی
۲. گزارش دادن به مشتریان در مورد دستاوردهای آنان، تعیین پیام های روابط عمومی، اجرای برنامه روابط عمومی
۳. توجیه ضرورت تهیه و اجرای برنامه ای که دامنه آن از برنامه موجود فراتر می رود، توضیح ضرورت انتقال حواشی برنامه، تعیین پیام های روابط عمومی
۴. گزارش دادن به مشتریان در مورد دستاوردهای آنان، توجیه ضرورت تهیه و اجرای برنامه ای که دامنه ی آن از برنامه موجود فراتر می رود

۱۷- دستیابی به برداشت مخاطب مطلوب و واکنش آن در برابر فعالیت روابط عمومی در کدام یک از انواع سنجش جای می گیرد؟

۱. سنجش بازتاب انتشار پیام
۲. سنجش تعداد گزارش های ارائه شده
۳. سنجش تعداد گزارش های ارائه شده
۴. سنجش میزان انتشار پیام

۱۸- در روابط عمومی به منظور بررسی پیام چند نوع سنجش ارزیابی وجود دارد؟

۱. سنجش میزان انتشار پیام، سنجش بازتاب انتشار پیام.
۲. سنجش میزان انتشار پیام، ارزیابی تعداد گزارش های پیام.
۳. سنجش بازتاب انتشار پیام، ارزیابی نوع پیام های تولیدی واحد روابط عمومی.
۴. ارزیابی تعداد گزارش های پیام، سنجش میزان انتشار پیام.

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۲۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: تکنیکهای روابط عمومی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۲۴۴۲

۱۹- یک کارشناس روابط عمومی قصد دارد پیامهای خروجی اطلاعیه های مطبوعاتی را ارزیابی کند کدام ابزار سنجش کارآمد است؟

۰۱. میزان انتشار پیام
۰۲. تحلیل محتوا
۰۳. واکنش مخاطبان
۰۴. نحوه برداشت مخاطبان

۲۰- در روابط عمومی به منظور بررسی پیام چند نوع سنجش ارزیابی وجود دارد؟

۰۱. سنجش میزان انتشار، سنجش بازتاب انتشار پیام
۰۲. سنجش میزان انتشار، ارزیابی تعداد گزارش های پیام
۰۳. سنجش بازتاب انتشار پیام، ارزیابی نوع پیام های تولیدی
۰۴. ارزش تعداد گزارش های پیام، سنجش میزان انتشار