



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت روابط عمومی و بین الملل در ورزش

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت رسانه های ورزشی ۱۲۱۵۲۰۵

۱- بازاریابی ورزشی به عنوان فعالیتی سازمانی بر ----- متمرکز است و به دنبال برخورد مناسب سازمان با تمایلات مشتریان و انطباق ساختار برنامه های بازاریابی بر آنهاست.

۱. سود ۲. خدمات ۳. مشتریان ۴. کالا های سازمان

۲- کدام یک از موارد زیر جز عناصر شکل دهنده یک برنامه ترویجی می باشد؟

۱. فروش غیر حضوری ۲. ترویج فروش ۳. جوایز تشویقی ۴. تخفیف

۳- کدام یک از فعالیت های زیر جز فعالیت های مهم بخش روابط رسانه ای نمی باشد؟

۱. مدیریت وب سایت ها ۲. تولید نشریات ۳. تبلیغ خدمات آماری و اطلاعاتی ۴. مدیریت امور رسانه ها در بازی ها و مسابقات

۴- حمایت از بازاریابی محصولات و خدمات و افزایش اعتبار سازمانی نزد مخاطبان عمده، به چه چیز در سازمان منجر می شود؟

۱. کاهش هزینه ۲. درآمد زایی ۳. ارتقای ارزش مارک و برچسب ۴. روابط عمومی

۵- کدام یک از گزینه های زیر بیانگر مدت زمان اجرای عملیات در روابط عمومی می باشد.

۱. دائم ۲. بلند مدت ۳. پیوسته ۴. کوتاه مدت

۶- کدام یک از موارد زیر جز اجزای یک تحقیق رسمی نمی باشد؟

۱. تنظیم سوالات ویژه تحقیق  
۲. جستجوی اطلاعات موجود در رابطه با سوالات تحقیق  
۳. تجزیه و تحلیل روش های موجود که به کمک آنها بتوان به سوالات تحقیق پاسخ داد.  
۴. تفسیر نحوه کاربرد اطلاعات به دست آمده برای پاسخ به سوالات تحقیق.

۷- کدام یک از گزینه های زیر در رابطه با فواید روش مصاحبه صحیح نمی باشد؟

۱. مصاحبه در سطح بالایی قابل کنترل هستند.  
۲. مصاحبه کننده می تواند سطحی ترین لایه از اطلاعات را کسب کند.  
۳. مصاحبه می تواند اطلاعات عمیقی را فراهم کند.  
۴. موضوع در مصاحبه می تواند علاوه بر صورت کلامی همراه با بیان چهره ای نیز باشد.



۸- کدام یک از گزینه های زیر جز تصمیمات در فرایند عملیات برنامه ریزی است و باید توسط روابط عمومی ورزش هماهنگ شوند؟

۱. مخاطبین ۲. تحقیقات پیمایشی ۳. گروه های متمرکز ۴. تحلیل داده ها

۹- کدام یک از گزینه های زیر جز رهنمودهایی است که کارشناسان روابط عمومی برای نوشتن اهداف کلی و عملیاتی قابل اندازه گیری پیشنهاد می شود؟

۱. هدف کلی یا عملیاتی باید یک نتیجه آرمانی از عملیات را تعریف کند.  
۲. هدف کلی باید کمترین سطح مطلوب نتیجه را تعیین کند.  
۳. هدف کلی زمان مشخصی را برای کسب نتیجه مشخص نمی کند.  
۴. هدف کلی یا عملیات باید قصد را مشخص کند.

۱۰- میزان فضای پوشش ورزش در یک روزنامه مستقیما به چه چیزی بستگی دارد؟

۱. بخش بازرگانی ۲. بخش تحریریه ۳. میزان فروش تبلیغ ۴. چگونگی بیان محتوا

۱۱- به درصدی از جمعیت تماشا کننده تلویزیون که تلویزیون را با برنامه مشخصی روشن می کنند، چه می گویند؟

۱. نرخ استقبال  
۲. نرخ توزیع  
۳. نرخ مخاطبین  
۴. نرخ درصد کل جمعیتی که برنامه خاصی را تماشا می کنند.

۱۲- کدام یک از گزینه های زیر جز اثراتی است که شاخص جهانی شدن بر روی سازمان ورزشی دارد؟

۱. شهرت بین المللی نشان سازمان می تواند باعث جذب منابع درآمد باشد.  
۲. جامعه از افزایش دوپینگ آگاه می شود.  
۳. تدوین راهبردهای فعال در مواجهه با تغییرات  
۴. نظارت بر حال و هوای مخاطبین هدف کلیدی

۱۳- کدام یک از موارد زیر در مورد ستون نویس ها صحیح نمی باشد؟

۱. آنها تمایل دارند که جلوتر از گزارشگران تخصصی باشند.  
۲. آنها خودرای و گاهی بحث آفرین هستند.  
۳. آنها بهترین گزارشگرانی هستند که سالها به عنوان گزارشگران تخصصی کار کرده اند.  
۴. چیزی که ستون نویس می نویسد، ممکن است برای سازمان بی اعتباری باشد و منجر به تبلیغات منفی شود.



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت روابط عمومی و بین الملل در ورزش

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت رسانه های ورزشی ۱۲۱۵۲۰۵

۱۴- کارت های شناسایی معتبر به گزارشگران تخصصی در زمان پیش از فصل تا چه زمانی قبل از شروع مسابقه باید حاضر باشند؟

۱. تا کمتر از 3 ساعت قبل از شروع مسابقه
۲. یک روز قبل از مسابقه
۳. یک ساعت قبل از مسابقه
۴. بلافاصله در هنگام شروع مسابقه

۱۵- کدام یک از موارد زیر جز مکمل های اعتباری رایج نمی باشند؟

۱. مچ بند
۲. برچسب
۳. پرچم
۴. سر آستین هایی که اعضای رسانه برای رفتن به بخش های خاص باید بپوشند.

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر، هدف اولیه جایگاه خبرنگاران است؟

۱. برای اعضای کارآمد و معتبر رسانه ها محلی برای نشستن و ثبت جریان رویداد را فراهم کند.
۲. فضای کاری اعضای رسانه ها باید عاری از هیاهو و شلوغی باشد.
۳. باید برخی سطوح سلسله مراتب برای تعیین محل های استقرار رعایت شود.
۴. استفاده از ارشدیت برای تعیین محل استقرار ضروری است.

۱۷- زمانی که سوال در مورد نحوه فروش بلیط توسط اعضای رسانه ها مطرح می شود معمولا کدام بخش باید پاسخگو باشد؟

۱. سخنگوی سازمان
۲. روابط عمومی
۳. مدیر کل
۴. عضو ارشد سازمان

۱۸- کدام یک از گزینه های زیر جز عناصر ارزش خبری نمی باشد؟

۱. در برگیری
۲. برخورد
۳. شگفتی
۴. قدمت

۱۹- در خبر نویسی اطلاعات کلیدی برای تماس، در کدام بخش نوشته می شود.

۱. پاراگراف لید
۲. متن خبر
۳. سر صفحه
۴. برچسب که باعث شناسایی سازمان می شود.



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰۰

عنوان درس: مدیریت روابط عمومی و بین الملل در ورزش

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت رسانه های ورزشی ۱۲۱۵۲۰۵

۲۰- کدام یک از موارد زیر در مورد خبر نویسی به سبک هرم وارونه صحیح نمی باشد؟

۱. اصلی ترین و مهمترین اطلاعات در انتها آورده می شوند.
۲. می توان خبر را به راحتی برای فضای خاص در روزنامه کوتاه کرد.
۳. روزنامه نگار می تواند اطلاعات کم اهمیت را بدون تغییر در محتوای خبر حذف کند.
۴. می توان خبر را به راحتی برای فضای انتشار الکترونیکی کوتاه کرد.

۲۱- از نظر باوس ولسی کدام یک از موارد زیر جز شرایطی است که سازمان باید کنفرانس خبری را برگزار کند؟

۱. دوری از اتهامات
۲. برای اعلان خبر یا دادن یک پاسخ مهم تر
۳. مرگ ناگهانی یکی از مقامات
۴. جلب توجه رسانه ها وقتی که یک سخنگوی مشهور تنها برای مدت زمان کوتاهی قابل دسترس است.

۲۲- کدام یک از مفاهیم زیر متفاوت از دیگر مفاهیم می باشد؟

۱. جزوه
۲. رساله
۳. بروشور
۴. پوستر

۲۳- ابلاغ پیام های مشابه میان جمعیت های گوناگون جز مزایای استفاده از کدام یک از رسانه های سازمانی است؟

۱. راهنمای رسانه ای
۲. خبرنامه
۳. پوستر
۴. رسانه تصویری

۲۴- کدام یک از گزینه های زیر جز شیوه های تماس مستقیم در روابط عمومی نمی باشد؟

۱. سخنرانی های مطبوعاتی
۲. حضور شخصی
۳. تورهای تبلیغاتی
۴. بازدید از مراکز مختلف

۲۵- کدام یک از روشهای تماس مستقیم زیر در حوزه کالاهای ورزشی در بخش صنعت ورزش مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. برگزاری دوره های آموزشی
۲. نمایش
۳. روز تکریم از مشتری و طرفداران
۴. کاروان های تبلیغاتی

۲۶- کدام یک از موارد زیر جز فواید فنون تماس مستقیم نمی باشد؟

۱. امکان تبلیغات
۲. ایجاد نگرش مطلوب و معتبر بین مخاطبین
۳. برقراری تماس شخصی با اعضای مخاطبین کلیدی
۴. توانایی تولید درآمد مستقیم



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰۰

عنوان درس: مدیریت روابط عمومی و بین الملل در ورزش

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت رسانه های ورزشی ۱۲۱۵۲۰۵

۲۷- کدام یک از روش های تماس مستقیم، شرایطی را برای سازمان ورزشی محیا می کند که به طور مستقیم با مردمی ارتباط برقرار کنند که در اجتماع سازمان ورزشی ساکن نیستند؟

۱. برگزاری رویدادهای آموزشی
۲. حضور شخصی
۳. بازدید از مراکز
۴. رویدادهای تبلیغاتی

۲۸- کدام یک از موارد زیر جز قابلیت های وب سایت از نظر فارک و فارک می باشد؟

۱. سرگرمی
۲. اقتناع
۳. ظرفیت تعاملی
۴. تجارت الکترونیکی

۲۹- کدام یک از موارد زیر جز مواردی که کنتی برای طراحی موفق یک وب سایت پیشنهاد می کند نمی باشد؟

۱. ایجاد یک اثر خوب اولیه به محض مشاهده
۲. توجه به تعادل در همه مراحل
۳. طراحی بر اساس عقاید مشترک
۴. ساخت راهنمای دائمی

۳۰- معمولا سازمان های ورزشی به سه طریق از سایت های اینترنتی خود برای روابط اجتماعی استفاده می کنند. کدام یک از موارد زیر جز این روش ها نمی باشد؟

۱. مبنایی برای ارتقای اعمال خوب سازمان در میان اجتماع است.
۲. ارتقای اقدامات تماس مستقیم
۳. پیشنهاد ارائه خدمات
۴. ایجاد رابطه با مصرف کنندگان