



۱- کدام یک از موارد زیر جز وظایف روابط عمومی ورزشی به عنوان یک وظیفه مدیریتی مبتنی بر ارتباطات نمی باشد؟

۱. تعیین مخاطبین کلیدی سازمان ورزشی

۲. ارزیابی روابط با سازمان

۳. ارزیابی روابط با مخاطبین

۴. تقویت روابط مطلوب بین سازمان ورزشی و مخاطبین آنها

۲- 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

۳- کدام یک از مهارت های زیر جز مهارتهای بنیادی در روابط عمومی نمی باشد؟

۱. مهارت نویسندگی ۲. توانایی سخنرانی ۳. قابلیت نشر رو میزی ۴. مهارت خرید

۴- دو مزیت عمده ای را که روابط عمومی برای سازمان های ورزشی دارد، چیست؟

۱. درآمد زایی و کاهش هزینه ۲. روابط با مشتری و درآمد زایی

۳. روابط با سرمایه گذار و کاهش هزینه ۴. ارتباط با بخش دولتی و درآمد زایی

۵- کدام یک از موارد زیر بیانگر فرایند عملیات روابط عمومی است؟

۱. تحقیق، طراحی، اجرا و ارزیابی ۲. طراحی، تحقیق، اجرا و ارزیابی

۳. طراحی، اجرا، تحقیق و ارزیابی ۴. تحقیق، اجرا، طراحی و ارزیابی

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.



عنوان درس: مدیریت روابط عمومی و بین الملل در ورزش

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

۷- 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.

۸- کدام یک از موارد زیر جز دستور العمل های کلی برای فرایند انتخاب مناسب ترین شرکت روابط عمومی از سوی انجمن شرکت های روابط عمومی نمی باشد؟

۱. توصیه نامه ها
۲. موقعیت رسانه ای
۳. ترکیب
۴. بینش راهبردی و ظرفیت های مشورت

۹- در ایالات متحده، قانون ضامن آزادی رسانه ها است، یعنی چه؟

۱. رسانه ها توسط حکومت کنترل نمی شوند.
۲. رسانه ها درباره یک سازمان ورزشی فقط آنچه را که با نظر حکومت موافق باشد را می نویسند.
۳. رسانه ها فقط توسط حکومت کنترل می شوند.
۴. رسانه ها هر چه را که مایلند به غیر از مطالب بحران را برای سازمان گزارش می کنند.

۱۰- کدام یک از موارد زیر جز رسانه های پخش می باشد؟

۱. خبرنگاری اینترنتی
۲. مجلات
۳. روزنامه ها
۴. رسانه های چاپی

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.

عنوان درس: مدیریت روابط عمومی و بین الملل در ورزش

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

۱۲- نقش روابط عمومی ورزشی در مواجهه با شاخص جهانی شدن در آینده روابط عمومی چیست؟

۱. نظارت بر حال و هوای مخاطبین هدف کلیدی.
۲. تشخیص اثر سازمان بر روی فرهنگ های مختلف
۳. تدوین راهبردهای فعال در مواجهه با تغییرات
۴. تشخیص اینکه اطلاعات برای ساطمان مشروع و مفید باشد.

۱۳- به هنگام ارائه کارت شناسایی معتبر برای ورود و دسترسی داشتن به مسابقه، چرا سازمان ها روی رسانه های محلی متمرکز می شوند؟

۱. زیرا آنها با جریان پوشش رسانه ها آشنا هستند.
۲. زیرا آنها احتمالا به سازمان نزدیک تر هستند.
۳. زیرا آنها با جریان پوشش رسانه ای آشنا هستند.
۴. زیرا آنها می توانند به صورت رایگان وارد مسابقه شوند.

۱۴- کدام یک از موارد زیر در مورد سخنگوی سازمان صحیح نمی باشد؟

۱. سخنگو ممکن است عضو ارشد سازمان یا یکی از کارکنان روابط عمومی سازمان باشد.
۲. در رویکرد سلسله مراتبی برای تعیین سخنگو روابط عمومی درباره موضوعات کلی صحبت می کند.
۳. قاعده تجربی درباره تعیین سخنگوی سازمان، تعیین شخصی با بیشترین دانش و اعتبار درباره موضوعی خاص است.
۴. سخنگوی سازمان، باید پاسخگوی سوالات رسانه ها باشد.

۱۵- 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

۱۶- کدام یک از موارد زیر بیانگر گردش رسانه ای است؟

۱. گردش رسانه ای همان کنفرانس از راه دور است.
۲. گردش بازارهای اصلی برای کسب تبلیغ در رسانه های ملی
۳. شامل به حداقل رساندن تبلیغ رسانه ای برای سازمان می باشد.
۴. به حداکثر رساندن تقاضاها از سازمان

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

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

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ 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

۱۸- کدام یک از موارد زیر درباره فواید و معایب روش ارتباطی در رسانه های ترویجی و تبلیغی صحیح می باشد؟

۱. دسترسی عمومی بالا و تاثیر اجتماعی پایین دارد.

۲. دسترسی عمومی متوسط پایین و تاثیر اجتماعی متوسط بالا دارد.

۳. دسترسی عمومی پایین و تاثیر اجتماعی بالا دارد.

۴. دسترسی عمومی متوسط بالا و تاثیر اجتماعی متوسط پایین دارد.

۱۹- عبارت از ضبط یک نقل قول یا سخنرانی از یک سخنگوی سازمانی در دسترس

است. این موارد ضبط پیش خبر به اطمینان از ارائه نقطه نظر سازمانی به رسانه رادیو کمک می کنند حتی اگر رسانه نتواند آن را به صورت مصاحبه رو در رو ارائه کند.

۱. برگه های اطلاعات ۲. خبرگزاری ها ۳. گزارشهای سر صحنه ۴. بی -رول

۲۰- از نظر اسمیت، به یک نمایش ساختگی رسانه ای که سخنگوی سازمان گفته های قابل توجهی را بیان می کند، و همین که جملات خاتمه یافت، در اینجا گزارشگر فرصت دارد تا از سخنگوی سازمان سوالاتی را بپرسد، چه نام دارد؟

۱. مصاحبه ۲. رویدادهای رسانه ای

۳. کنفرانس خبری ۴. فرصت های فراویدادی

۲۱- کدام یک از موارد زیر جز مضرات ناشی از کنفرانس خبری می باشد؟

۱. ممانعت از جانبداری های برخی از رسانه ها

۲. انجام امور اجرایی توسط کارکنان روابط عمومی

۳. تبعیت از انجمن و قوانین هیات مدیره

۴. بیشتر خبرنگاران به کنفرانس خبری از جنبه بی طرفانه برای جمع آوری اطلاعات می نگرند.

۲۲- مهمترین مزایای خبرنامه ها چیست؟

۱. به صورت چاپی هستند.

۲. برای سازمانها امکان برقراری ارتباط و انتقال اطلاعات به مخاطبین وسیعی را به طور همزمان فراهم می کنند.

۳. روی صفحات گلاس و دارای عکس های رنگی هستند.

۴. از طریق پست توزیع می شوند.



۲۳- ----- اطلاعات بنیادی را درباره یک سازمان، محصول یا خدمات فراهم می کنند و از طریق نامه های پستی و یا پیشخوان اطلاعاتی توزیع می شوند و یا در دسترس افراد علاقه مند به دریافت اطلاعات اولیه در مورد سازمان قرار می گیرند.

۱. گزارش های سالانه ۲. پوسترها ۳. کارتهای زمان بندی ۴. بروشورها

۲۴- 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

۲۵- 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

۲۶- کدام یک از موارد زیر جز محتویات یک بسته سخنرانی نمی باشد؟

۱. کپی های از کل سخنرانی ۲. کتابهایی در مورد سوالات معمول و پاسخهای مناسب

۳. تکنیک های راهنمایی ۴. عناصر حمایتی و اطلاعاتی

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 مواردی که کنتی برای طراحی موفق یک وب سایت پیشنهاد می کند نمی باشد؟

۱. ایجاد یک ساختار اولیه ۲. توجه به کاربر در همه مراحل

۳. طراحی بر اساس عقاید شخصی ۴. قرار دادن محتوای با ارزش در هر صفحه

۲۹- 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



۳۰- یکی از مهم ترین روابط برای سازمانهای ورزشی چیست؟

۰۲. رابطه با وب سایت ها معتبر

۰۱. رابطه با رسانه ها

۰۴. روابط با مصرف کنندگان

۰۳. روابط اجتماعی