

1. Quels sont les outils qui permettent de connaître la performance des activités de la communication ?

- a. La *vox pop*.
- b. Les analyses de données numériques.
- c. La revue de presse.

2. Quelles sont les deux catégories de moyens de rejoindre ses publics ?

- a. Les relations de presse et le placement média.
- b. Les relations de presse et les réseaux sociaux.

3. Quelles sont les quatre fonctions remplies par un professionnel de la communication ?

- a. Le service à la clientèle.
- b. La gestion de crise.
- c. Le recueil de données.
- d. La mise en forme de messages.
- e. Les analyses statistiques.
- f. La distribution de messages.

4. Dans quel type d'entreprise de services retrouve-t-on des professionnels de la communication ?

- a. Les cabinets conseils en relations publiques.
- b. Les maisons d'édition.
- c. Les mairies.
- d. Les agences de publicité.
- e. Les cabinets médicaux.

5. Une de ces étapes suivantes ne fait pas partie des quatre principales étapes effectuées par un professionnel de la communication, laquelle ?

- a. Pourquoi communiquer ?
- b. À qui s'adresser ?
- c. Quoi dire ?
- d. Comment baliser le plan ?
- e. Comment faire ?

6. Les métiers de la com' évoluent vers :

- a. la gestion des publics.
- b. la gestion des contenus.
- c. la gestion des messages.

7. Quelle est la différence entre relations de presse et placement média ?

- a. Les relations de presse concernent le travail avec les journalistes, le placement média s'occupe de la publicité que l'on place dans les médias.
- b. Les deux sont responsables de la gestion des relations avec les médias, sous deux angles différents.
- c. Les relations de presse achètent des annonces dans les médias et le placement média s'assure de leur placement.

8. Quelle différence y a-t-il entre un cabinet conseil et une agence ?

- a. Un cabinet conseil gère surtout la réputation, une agence gère l'achat de publicité.
- b. Le cabinet conseil facture surtout des honoraires, l'agence travaille surtout à la commission.
- c. Les deux ont une offre de plus en plus identique représentant toute la gamme des services de communication.

Réponses : 1. a., b. et c. ; 2. b. ; 3. a., b., d. et f. ; 4. a., b. c. et d. ; 5. d. ; 6. b. (c. est recevable aussi) ; 7. b. ; 8. a., b. et c.