



ДЕМОВЕРСИЯ ТЕСТА ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ

42.04.01 Реклама и связь с общественностью.
Программа: Корпоративные бренд-коммуникации
Вариант № 1

Вопрос 1

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Укажите существенный признак понятия «социальная коммуникация». Социальная коммуникация – это:

Выберите один ответ:

- ☐ a. средство оповещения различных групп общественности
- ☐ b. социальное взаимодействие между людьми, взятое в их информационно-знаковом аспекте
- ☐ c. система знаний о многообразных социальных связях
- ☐ d. сведения, передаваемые людьми друг другу посредством мобильной связи

Вопрос 2

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Исследователь Р. Крейг выделил несколько теоретических традиций в изучении феномена коммуникации. Понимание коммуникации как экспрессии, взаимодействия и влияния субъектов друг на друга соответствует:

Выберите один ответ:

- ☐ a. критической традиции
- ☐ b. журналистской традиции
- ☐ c. психологической традиции
- ☐ d. маркетинговой традиции

Вопрос 3

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Исследователь Р. Крейг выделил несколько теоретических традиций в изучении феномена коммуникации. Понимание коммуникации как социокультурного процесса, посредством которого создается, поддерживается, восстанавливается и изменяется социальная реальность, соответствует:

Выберите один ответ:

- ☐ a. критической традиции
- ☐ b. психологической традиции
- ☐ c. социокультурной традиции
- ☐ d. феноменологической традиции

Вопрос 4

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Для журналистской модели связей с общественностью не характерно:

Выберите один ответ:

- ☐ a. воздействие на сознание аудитории через дозированную подачу информации
- ☐ b. использование механизма обратной связи
- ☐ c. отбор информации, соответствующей фактам, таким образом, чтобы решить поставленную перед источником коммуникативную задачу
- ☐ d. трансформация сознания и поведения аудитории

Вопрос 5

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Показатель медиапланирования, который рассчитывается по формуле: численность целевой аудитории, смотрящей передачу / общая численность потенциальных телезрителей * 100%, называется:

Выберите один ответ:

- ☐ a. Rating
- ☐ b. GRP (Gross Rating Point)
- ☐ c. Share
- ☐ d. CPP (Cost Per Point)

Вопрос 6

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос



Редактировать
вопрос

Феномен «спирали молчания» был открыт и изучен:

Выберите один ответ:

- ☐ а. К. Левином
- ☐ б. Э. Нозль-Нойман
- ☐ в. В. Липпманом
- ☐ г. Т. Адорно

Вопрос 7

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос



Редактировать
вопрос

Основоположниками семиотики являются:

Выберите один ответ:

- ☐ а. И. Ильф и Е. Петров
- ☐ б. К. Маркс и Ф. Энгельс
- ☐ в. В. Ленин и Г. Плеханов
- ☐ г. Ф. де Соссюр и Ч. Пирс

Вопрос 8

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос



Редактировать
вопрос

Какому классификационному признаку соответствует деление рекламы на «жесткую» и «мягкую»

Выберите один ответ:

- ☐ а. характер подачи рекламного материала
- ☐ б. стратегическое направление рекламы
- ☐ в. общий подход к решению рекламной задачи
- ☐ г. степень использования образа рекламируемого объекта

Вопрос 9

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос



Редактировать
вопрос

Что из нижеперечисленного не является разновидностью рекламы, классифицируемой по типу спонсора?

Выберите один ответ:

- ☐ а. реклама от имени торговых посредников
- ☐ б. реклама от имени поставщиков
- ☐ в. реклама от имени производителя
- ☐ г. реклама от имени общественных институтов

Вопрос 10

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос



Концепция УТП была предложена...

Выберите один ответ:

- ☐ а. Д. Огилви
- ☐ б. Р. Ривзом
- ☐ в. К. Хопкинсом
- ☐ г. Д. Аакером

Вопрос 11

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Какой метод определения размера рекламного бюджета заключается в изучении исторических данных о функциональной взаимосвязи между объемами продаж и уровнями расходов на рекламу?

Выберите один ответ:

- ☐ а. метод конкурентного паритета
- ☐ б. регрессионный метод
- ☐ в. метод подсчета числа контактов
- ☐ г. метод «процент от объема продаж»

Вопрос 12

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Кто, в соответствии с ГК РФ, не имеет права использовать коммерческие обозначения

Выберите один ответ:

- ☐ а. коммерческие организации
- ☐ б. государственные учреждения
- ☐ в. индивидуальные предприниматели
- ☐ г. некоммерческие организации, ведущие предпринимательскую деятельность

Вопрос 13

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать

Знак, предназначенный для обозначения товаров, производимых или реализуемых входящими в объединение лицами и обладающих едиными характеристиками их качества или иными общими характеристиками - это...

Выберите один ответ:

- ☐ а. зонтичный бренд
- ☐ б. индивидуальный товарный знак
- ☐ в. кооперативный товарный знак

Вопрос 14

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Что из нижеперечисленного характерно для телевидения?

Выберите один ответ:

- ☐ а. высокий уровень избирательности целевых групп
- ☐ б. кратковременность рекламного контакта
- ☐ в. невысокая степень привлечения внимания аудитории
- ☐ г. высокая стоимость одного контакта

Вопрос 15

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать

Какой из нижеперечисленных методов не относится к методам предварительного тестирования?

Выберите один ответ:

- ☐ а. гальванометрический метод
- ☐ б. метод тайников
- ☐ в. метод семейных интервью
- ☐ г. метод наблюдения за взглядом

Вопрос 16

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Что не относится к достоинствам рекламы на мониторах в местах продаж?

Выберите один ответ:

- ☐ a. побуждение к покупке
- ☐ b. динамичный аудиовизуальный эффект
- ☐ c. высокая избирательность аудитории
- ☐ d. воздействие на аудиторию, предрасположенную к покупке

Вопрос 17

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Социальная реклама отличается от коммерческой..

Выберите один ответ:

- ☐ a. инструментами
- ☐ b. креативом
- ☐ c. целями
- ☐ d. бюджетом

Вопрос 18

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Специально подготовленный постановочный радиосюжет, который в оригинальной манере излагает информацию о предлагаемой продукции – это...

Выберите один ответ:

- ☐ a. радиожурнал
- ☐ b. радиообъявление
- ☐ c. радиоролик
- ☐ d. джингл

Вопрос 19

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Основная цель связей с общественностью – это

Выберите один ответ:

- ☐ a. манипуляция общественным мнением во благо отдельных политических деятелей, представителей бизнеса
- ☐ b. информирование о происходящем
- ☐ c. создание с помощью коммуникаций благоприятной для организации внешней и внутренней социально-психологической среды
- ☐ d. привлечение внимания аудитории к проблемам общества

Вопрос 20

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Заключительным этапом исследования общественного мнения является...

Выберите один ответ:

- ☐ a. верификация
- ☐ b. подведение итогов
- ☐ c. разработка планов дальнейших действий
- ☐ d. опрос экспертов

Вопрос 21

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Консалтинг – это...

Выберите один ответ:

- ☐ a. паблсити
- ☐ b. услуги по разработке маркетинговых программ
- ☐ c. информация, предоставляемая рекламным агентством
- ☐ d. консультирование в различных сферах деятельности

Вопрос 22

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Бренд-бук — это:

Выберите один ответ:

- ☐ a. комплекс взаимосвязанных документов, регламентирующих корпоративную культуру
- ☐ b. совокупность POS-материалов для раздачи потребителям бренда
- ☐ c. журнал, который служит для организации неким средством контроля качества предоставляемых услуг, а также «обратной связью» для руководства
- ☐ d. официальный документ компании, правила построения и использования элементов фирменного стиля, стандарты визуальной идентификации бренда

Вопрос 23

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Какого подхода к определению паблик рилейншз НЕ существует:

Выберите один ответ:

- ☐ a. компромиссного
- ☐ b. технического
- ☐ c. прагматического
- ☐ d. инструментального

Вопрос 24

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

В теории и практике PR выделяют классификацию групп общественности на основе ситуативного подхода, предложенную Ф.Сайтелом. Отметьте, какая группа НЕ выделяется автором:

Выберите один ответ:

- ☐ a. традиционная и будущая
- ☐ b. главная, второстепенная и маргинальная
- ☐ c. лидеры и фолловеры
- ☐ d. сторонники, оппоненты и безразличные

Вопрос 25

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить вопрос



Редактировать вопрос

Внутренние признаки корпоративной культуры это:

Выберите один ответ:

- ☐ a. специализация и масштаб корпоративной деятельности
- ☐ b. объёмы сбыта и ликвидность активов
- ☐ c. политические и глобальные факторы
- ☐ d. качество менеджмента и стиль управления

Вопрос 26

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Принцип открытого информирования заключается в том, что

Выберите один ответ:

- ☐ a. вся информация компании должна быть в свободном доступе
- ☐ b. компания определяет как информацию следует размещать в СМИ
- ☐ c. общественность необходимо информировать только об успехах компании
- ☐ d. компания должна предоставлять только точную и достоверную информацию по тому вопросу, который интересует ее общественность

Вопрос 27

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Автором диффузной теории изменения мнений является

Выберите один ответ:

- ☐ a. Э. Бернайз
- ☐ b. А. Файоль
- ☐ c. Э. Роджерс
- ☐ d. А. Минцберг

Вопрос 28

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Демографический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:

Выберите один ответ:

- ☐ a. по полу, возрасту и т. д
- ☐ b. по психологическим характеристикам
- ☐ c. по территориальным границам
- ☐ d. по образу жизни

Вопрос 29

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Сформулированные, узнаваемые и признаваемые правила поведения и управления в организации (проекте) — это

Выберите один ответ:

- ☐ a. деловые нормы
- ☐ b. стандарты качества
- ☐ c. корпоративная культура
- ☐ d. корпоративный стиль

Вопрос 30

Пока нет ответа

Балл: 1,00

🚩 Отметить
вопрос

⚙
Редактировать
вопрос

Гибкое планирование бюджета в сфере связей с общественностью предусматривает создание:

Выберите один ответ:

- ☐ a. кассы взаимопомощи
- ☐ b. альтернативных смет
- ☐ c. банка инвестиций
- ☐ d. финансовой группы