

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 14.06.2024 09:27:52
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Введение в профессиональную деятельность, СЕМЕСТР 1

| | |
|-----------------------------|--|
| Код, направление подготовки | 43.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Форма обучения | очная |
| Кафедра-разработчик | Психологии |
| Выпускающая кафедра | Психологии |

| Проверяемая компетенция | Задание | Варианты ответов | Тип сложности вопроса |
|-------------------------|--|--|-----------------------|
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите один правильный ответ 1. Вид коммуникации между клиентом и рекламодателем с целью распространения оплаченной позитивной информации и привлечения новых людей (потенциальных клиентов) к товару или услуге называется ... | 1) пресс-релиз 2) пост-релиз 3) реклама 4) маркетинг-кит 5) прямая продажа | низкий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите один правильный ответ 2. Ввиду гигантского увеличения информационного потока аудитория постепенно переходит от линейного, сплошного чтения / просмотра / прослушивания материала к... | 1) серфингу (выборочному чтению текста по заголовкам, фрагментам текста, фотографиям) 2) отказу от чтения и просмотра каких-либо материалов вообще 3) чтению конспектов материалов 4) прослушиванию аудиокниг вместо чтения 5) просмотру you-tube-канала | низкий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите один правильный ответ 3. К презентационным PR-мероприятиям относится: | 1) укрепление кадрового состава компании 2) промо-акции, сэмплинги, дегустации 3) развитие у сотрудников корпоративной гордости 4) e-mail-рассылка 5) личные телефонные звонки | низкий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите один правильный ответ 4. Процесс интеграции традиционных и новых медиа, который сопровождается дублированием контента и/или созданием альтернативных медиаплощадок – это ... | 1) SMM 2) SEO-оптимизация 3) создание сайта организации 4) процесс регистрации и аккредитации СМИ 5) медиаконвергенция | низкий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите один правильный ответ 5. Пилокарпин относится к группе | 1) адrenomиметики 2) адреноблокаторы 3) местные анестетики | низкий |

| | | | |
|------------------|---|--|---------|
| | | 4) холиномиметики 5) холиноблокаторы | |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 6. К методам PR можно отнести: | 1) облагораживание окружающей среды в городе или регионе, где работает организация 2) отношения со средствами массовой информации (паблисити) 3) отношения с персоналом 4) отношения с финансовым сообществом 5) отношения с властными структурами 6) отношения с местным населением | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 7. Основные участники рекламного процесса – это... | 1) рекламодатель 2) рекламопроизводитель 3) рекламораспространитель 4) коммерческий директор 5) СМИ 6) рекламополучатель | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все неверные ответы 8. К функциям связей с общественностью относятся | 1) достижение взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью 2) создание «положительного образа» фирмы 3) сохранение репутации фирмы 4) разработка технологической продуктовой линии компании 5) создание у сотрудников организации чувства ответственности и заинтересованности в делах предприятия 6) продажа информационных материалов в СМИ 7) расширение сферы влияния фирмы средствами соответствующей пропаганды и рекламы установление | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 9. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области PR | 1) Содружество специалистов рекламы и связей с общественностью 2) Международная ассоциация «Паблик рилейшинз» - IPRA (International Public Relation Association) 3) Комитет по решению споров в сфере рекламы и связей с общественностью г. Москвы 4) Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) 5) Конфедерация специалистов PR и рекламы | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все неверные ответы 10. К явлению проторекламы можно отнести | 1) строевые песни 2) изображение солнца на фресках 3) клеймо на изделиях из кожи, глины как знак авторства | средний |

| | | | |
|------------------|---|---|---------|
| | | 4) молитвы и проповеди 5) изобретение мыла и шампуня | |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 11. Отметьте факты, имеющие отношения к профессиональной деятельности Рекламы и связей с общественностью в России | 1) ключевые компетенции PR-специалиста – создание и выпуск ТВ- и радиoproграммы 2) PR как направление обучение сформировалась в 2003 году 3) Специалист PR и рекламы имеет закрепленные должностные инструкции 4) Профессия PR-специалиста включена в единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих 5) Реклама и PR входят в десятку самых травмоопасных профессий | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 12. Корпоративный дом представлен следующими элементами | 1) Крыша: органы власти и полиция 2) Фундамент: миссия, корпоративная философия, видение 3) История-легенда, лидеры компании 4) Интерьер, корпоративный стиль и символика 5) Обитатели, корпоративная культура | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 13. Ведущими новыми направлениями современности в сфере медиа сегодня являются следующие | 1) копирайтер 2) продюсер смыслового поля 3) менеджер по медиаисследованиям (media researcher) 4) наблюдатель за изменениями (trend watcher) 5) организатор сообществ (community manager) | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 14. Основная часть короткого новостного материала, размещенного в пространстве медиакоммуникаций (шортрида), содержит | 1) данные заказчика материала 2) указание на количество печатных знаков в материале 3) самодостаточное фото 4) рабочие ссылки на предыдущие публикации по этой теме 5) хэштеги с ключевыми словами 6) гипертекстовые ссылки внутри текста для аудио и видеонаполнения | средний |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 15. Новые медиа – это: | 1) новые издания и тв, радиoproграммы, которые появились не ранее года назад; 2) информационные агентства, предоставляющие информацию о новых интересных людях и компаниях современности 3) традиционные СМИ, интегрированные в пространство интернет-коммуникаций 4) СМИ, изначально созданные как интернет-медиа 5) в принципе вся система сетевых ресурсов, включая социальные сети, | средний |

| | | | |
|------------------|--|---|---------|
| | | которые не обязательно регистрируются как СМИ | |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 16. Соотнесите название этапов рекламы и ССО с временным периодом их появления | 1) «Эра манипулирования» 2) «Эра информирования» 3) «Эра убеждения» 4) «Эра взаимовлияния» А) начало 20 века Б) середина 20 века В) 19 век Г) конец 20 века | высокий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 17. Распределите представителей внутренней и внешней аудитории компании / предприятия: | 1) Внешняя общественность 2) Внутренняя общественность А) рабочие, служащие Б) работники средств массовой информации В) поставщики, партнеры Г) государственные органы; Д) руководители Е) совет директоров Ж) группы специальных интересов (работники системы образования, спорта, здравоохранения и т.д.) | высокий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Закончите предложение 18. Специалист, который отвечает за внешние коммуникации компании, бренда или продукта: общается со СМИ, проводит мероприятия для внутренней и внешней целевой аудитории, следит за тем, что говорят и пишут клиенты и как компания представлена в соцсетях – это ... | | высокий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Выберите правильную комбинацию ответов 19. Укажите комбинации, свойственный политической рекламе советского периода: а) художественный портрет + скульптура; б) политический плакат + политическая карикатура; в) листовки + холодные звонки; г) дегустации + сувенирная продукция | 1) а, в 2) б, в 3) а, б, в 4) в, г 5) а, б | высокий |
| УК-6.1 УК-6.2 | Укажите все правильные ответы 20. Распределите источники информации по происхождению | 1) социальные сети 2) СМИ А) Facebook Б) НТВ В) «Московский комсомолец» Г) «Эхо Москвы» Д) Одноклассники Е) ВКонтакте Ж) Twitter | высокий |