

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 14.06.2024 09:27:53  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:**

**Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе, СЕМЕСТР 7**

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	Кол-во баллов за правильный ответ
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 1. В рекламе обращается внимание на:	1) красоту, эстетику и выгоду товара 2) престиж 3) преимущества товара, марку и предложение купить 4) качество товара и эксклюзивность 5) креативное оформление рекламной коммуникации	низкий	2,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 2. В отличие от рекламы PR присуща:	1) техника коммуникации через событие – товар лишь фигурирует в связи с событием 2) яркость и пафосность 3) большие финансовые вливания 4) привлечение больших профессиональных ресурсов 5) кратковременность	низкий	2,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 3. Официальный представитель этой партии В.Р. Мединский так объясняет выбор эмблемы партии: «Это самый позитивный зверь в лесу. По русской былинной традиции он выполняет в лесу роль судьи, старшего товарища. И за рубежом Россия всегда ассоциируется с ...»	1) соколом 2) медведем 3) волком 4) совой 5) боровом	низкий	2,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 4. Коммерческая реклама в бизнесе	1) дорогая и красивая 2) нацелена на долгосрочный период 3) направлена на все или многие аудитории 4) должна быть размещена только в одном канале коммуникации	низкий	2,0

		5) предполагает обратную связь и измеримость эффективности		
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 5. PR в бизнесе	1) предполагает моментальную обратную связь 2) зависит от товарной политики 3) нацелен на узкие конкретные группы людей 4) направлен на самые разные аудитории и на создание мнения у всего сектора общественности 5) ограничивается лишь информацией о товаре и его преимуществах	низкий	2,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 6. В работе отдела пресс-службы администрации выделяют два направления:	1) создание благополучной социальной среды 2) взаимодействие со СМИ 3) расходование бюджетных средства 4) взаимодействие с населением 5) создание профессионального комьюнити	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 7. К категории безусловных раздражителей, привлекающих внимание в политической рекламе, в первую очередь относятся образы...	1) женщины – матери и жены 2) детей 3) животных 4) церковь 5) предметы роскоши – автомобиль, драгоценности, загородные коттеджи	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 8. Основные признаки новости, которые прямо влияют на интерес публики в органах государственной власти:	1) своевременность 2) интерес к человеку 3) неординарность фактов 4) провокационность 5) выраженная политизированность	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 9. Управление общественными связями в бизнесе направлено на установление ...	1) расположения и сотрудничества между фирмой и общественностью 2) высоких цен на товар и услугу 3) лидерства и высокой конкуренции 4) конфронтации между ближайшими конкурентами 5) отстройки от ближайших конкурентов компании	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все неверные ответы</b> 10. Выделяют следующие основные средства распространения рекламы:	1) слухи 2) «черный PR» 3) наружная реклама 4) устное народное творчество 5) живопись	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 11. Авторы выделяют ряд коммуникационных стратегий, которые позволяют добиться устойчивого	1) стратегия нападения на третьих лиц, «общих врагов» 2) стратегия презентации проектов, намерений 3) стратегия самопрезентации, подчеркивания своих достоинств	средний	5,0

	положительного имиджа на практике:	4) стратегия самоуничтожения и привлечения сочувствий и поддержки 5) стратегия возвышения себя на фоне принижения других		
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 12. Основные направления деятельности PR-служб в органах государственной власти следующие:	1) создание сценариев рекламных роликов 2) информирование общественности о деятельности госоргана и существе принимаемых решений 3) мониторинг общественного мнения 4) анализ и прогнозирование общественно-политического процесса 5) формирование положительного образа госоргана и вида госслужбы, паблисити	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 13. Среди факторов успешной рекламной деятельности в политике и бизнесе следующие -	1) платежеспособный образованный заказчик 2) конкурентоспособная цена 3) правильно подобранная ниша 4) знание особенностей рынка 5) хороший сценарий ролика / хороший макет	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 14. Типологические способы и каналы коммуникационного воздействия в политической и коммерческой рекламе – это	1) слухи и сплетни 2) коммерческое предложение 3) слоган 4) буклеты 5) листовки-обращения	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 15. В технологиях манипулирования средствами политической рекламы предусмотрены:	1) социальная реклама 2) коммерческая реклама 3) реклама имени, образа (имидж-реклама) 4) реклама проблемная и контрастная (сравнительная) 5) негативная реклама (антиреклама)	средний	5,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 16. Распределите формы и виды работ пресс-службы госучреждений по сферам	1) взаимодействия со СМИ 2) сотрудничество с населением  А) организация пресс-конференций Б) организация личных приемов главы города В) составление графика недельных мероприятий и их рассылка журналистам Г) организация ежемесячной «прямой телефонной линии» Д) ведение личных страниц главы города в социальных сетях	высокий	8,0

ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 17. Распределите сравнение рекламы и PR в интернете:	1) реклама в интернете 2) PR в интернете  А) действует на вербально-логическую систему Б) действует на эмоционально-образную систему В) создает простые ассоциативные цепочки, конкуренция среди брендов Г) создает уникальные ассоциативные связи, нет конкуренции с другими брендами Д) вызывает доверие Е) вызывает отторжение на логическом уровне	высокий	8,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Закончите предложение</b> 18. Любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, оплачиваемая точно установленным заказчиком – это	....	высокий	8,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Выберите правильную комбинацию ответов</b> 19. Укажите комбинации приемов и способов воздействия, используемых и в большом искусстве, и в рекламе:  а) эскиз + композиция б) метафора + гипербола в) аллегория + ассоциации г) сценография + инверсия	1) а, в 2) б, в 3) а, б, в 4) в, г 5) а, б	высокий	8,0
ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 20. Классифицируйте виды рекламной деятельности по сферам деятельности и предметам:	1) политика 2) интеллектуальные услуги 3) семейные и межличностные отношения  А) лозунги митингов Б) образование В) медицина Г) брачные объявления Д) приглашения к совместному досугу Е) манифестации, демонстрации Ж) туризм	высокий	8,0