

**0805Y\_Rus\_Q2017\_Yekun imtahan testinin sualları****Fənn : 0805Y Biznes və reklam**

1 Какая функция рекламы проявляется, если рекламные послания воспитывают у аудитории хороший вкус?

- ☐ образовательная;
- ☐ психологическая;
- ☐ социальная;
- ☒ эстетическая;

2 Какая функция рекламы реализуется, если реклама способствует росту общественного производства, объема капиталовложений и числа рабочих мест?

- ☒ экономическая.
- ☐ социальная;
- ☐ образовательная;
- ☐ эстетическая;

3 Какая функция рекламы проявляется при информировании о новых товарах и способах усовершенствования жизни, способствующая психологической адаптации людей к новым и неопробованным товарам, идеям?

- ☐ экономическая.
- ☐ эстетическая;
- ☒ образовательная;
- ☐ социальная;

4 Какая функция рекламы проявляется при ежедневном воздействии рекламы на потенциальных покупателей, способствующих формированию определенных стандартов мышления и поведения различных слоев населения?

- ☐ эстетическая;
- ☐ моральная;
- ☐ психологическая;
- ☒ социальная;

5 Психологическая функция состоит в:

- ☐ постоянном напоминании о достоинствах товара или престиже фирмы;
- ☐ побуждении и развитии потребностей в каких-либо действиях через воздействие на чувства, самооценки и устремления потребителей;
- ☒ воздействии подразумевающее обращение к чувствам потребителя, формирование определенных самооценок, устремлений, установок.
- ☐ воздействии на психику потребителей с целью привития неосознанного желания приобрести товар или получить определенные услуги;

6 Информативная функция состоит в:

- ☐ заявлении о существовании товара;
- ☐ в детальном информировании потребителей о фирме и выпускаемой ею продукции;
- ☐ информировании потребителей о свойствах, особенностях, цене товара с помощью рекламы;
- ☒ заявлении о существовании, формировании знаний о товаре, фирме, их параметрах и особенностях;

7 В переводе с латыни глагол «reclamare» означает:

- ☐ продавать;
- ☐ показывать;

- ☐ покупать;
- ☒ выкрикивать;

8 Укажите на основные признаки рекламы:

- ☐ платность, направленность на ряд объектов, личный характер обращения, опосредованность.
- ☐ однонаправленность, опосредованность, личность обращения, платность
- ☐ платность, неличность обращения, контакт через посредство средств массовой информации
- ☒ платность, однонаправленность, неличность обращения, опосредованность.

9 В зависимости от размещения рекламы и использования творческого подхода выделяют рекламу:

- ☐ экономическую, социальную, образовательную, психологическую, физическую;
- ☒ экономическую, социальную, образовательную, психологическую, эстетическую, политическую.
- ☐ экономическую, социальную, образовательную, моральную, психологическую, эстетическую;
- ☐ экономическую, социальную, образовательную, этическую, моральную;

10 В зависимости от используемых средств распространения рекламного обращения выделяют рекламу:

- ☐ жёсткую и мягкую;
- ☐ информативную, увещательную, напоминающую
- ☐ зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая
- ☒ сувенирную, теле и радио рекламу, наружную, транзитную, печатную

11 По характеру воздействия выделяют рекламу:

- ☐ мягкую и гляцевую;
- ☒ жёсткую и мягкую
- ☐ мягкую и твёрдую;
- ☐ жёсткую и гладкую;

12 По способу воздействия выделяют рекламу:

- ☐ локальная, региональная, общенациональная, международная, глобальная.
- ☐ информативную, увещательную, напоминающую;
- ☐ товарную рекламу, престижную рекламу, рекламу идей, рекламу личности, рекламу территории;
- ☒ зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая.

13 В зависимости от целей и задач рекламы выделяют рекламу:

- ☐ информативную, напоминающую, массовую;
- ☐ престижную, информативную, увещательную
- ☒ информативную, увещательную, напоминающую;
- ☐ стимулирующую, информативную, напоминающую

14 По предмету рекламной коммуникации выделяют рекламу:

- ☐ престижную рекламу, рекламу идей, жёсткую рекламу, стимулирующую рекламу
- ☐ товарную рекламу, престижную рекламу, рекламу идей, массовую рекламу, рекламу территорий;
- ☒ товарную рекламу, престижную рекламу, рекламу идей, рекламу личности, рекламу территории;
- ☐ информирующую, стимулирующую, напоминающую, увещательную

15 По широте охвата аудитории выделяют рекламу:

- ☐ локальную, глобальную, общенациональную, массовую;
- ☒ локальная, региональная, общенациональная, международная, глобальная
- ☐ глобальную, областную, международную, транснациональную
- ☐ массовую, глобальную, международную, общенациональную

16 По концентрированности на определённом сегменте аудитории выделяют рекламу:

- ☐ массовую и региональную
- ☐ увещательную и напоминающую
- ☐ жёсткую и мягкую
- ☒ массовую и селективную;

17 В зависимости от направленности на аудиторию выделяют:

- ☐ локальную, глобальную, общенациональную, массовую;
- ☐ никакой.
- ☒ бизнес-рекламу, рекламу потребительских товаров
- ☐ бизнес-рекламу, рекламу потребительских товаров, социальную рекламу;

18 По типу её инициатора выделяют рекламу:

- ☐ социальную рекламу, политическую рекламу, глобальную рекламу, имиджевую рекламу;
- ☐ от имени производителей, от имени правительства, социальную рекламу;
- ☐ от имени производителей, от имени правительства, от имени предпринимателей, глобальную рекламу
- ☒ от имени производителей, от имени правительства, от имени частных лиц, социальную и политическую рекламу;

19 В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории выделяют рекламу:

- ☐ локальную, глобальную, общенациональную, массовую
- ☐ глобальную, международную, массовую, национальную, локальную;
- ☒ локальную, региональную, общенациональную, международную, глобальную
- ☐ локальную, региональную, массовую, общенациональную, глобальную

20 Который из приведённых ниже целей относится к коммуникативным целям рекламы?

- ☐ ознакомление потребителей с новым продуктом, новой маркой или новым предприятием;
- ☐ информирование потребителей;
- ☒ убеждение покупателя приобрести данный товар
- ☐ повышение уровня известности продукта

21 Который из приведённых ниже целей не относится к коммуникативным целям рекламы?

- ☐ повышение уровня известности продукта
- ☒ убеждение покупателя приобрести данный товар;
- ☐ влияние на привычки при потреблении продукта
- ☐ информирование потребителей;

22 Который из приведённых ниже целей не относится к экономическим целям рекламы?

- ☐ поддержка сбыта товара
- ☐ стимулирование спроса на конкретный товар и стимулирование сбыта;
- ☐ формирование потребности в данном виде товара или услуги
- ☒ поддержание верности продукту

23 Который из приведённых ниже целей относится к экономическим целям рекламы?

- ☐ изменение имиджа в определенном направлении
- ☒ стимулирование спроса на конкретный товар и стимулирование сбыта;
- ☐ поддержание верности продукту
- ☐ улучшение мнения о предприятии и его продукции

24 Который из ниже приведённых определений не верный?

- ☐ реклама ускоряет оборот средств

- ☒ реклама снижает остроту конкуренции.
- ☐ реклама стимулирует спрос на предлагаемые товары;
- ☐ реклама переводит социальные противоречия из сферы производства в сферу потребления;

25 Какое из нижеследующих определение социальной рекламы верное?

- ☐ Социальная реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение целей гражданского общества, а также интересов предпринимателей;
- ☒ Социальная реклама – информация, носящая некоммерческий характер, заказываемая государственными органами и общественными институтами и распространяемая любыми носителями рекламы с целью раскрытия и доведения до широких народных масс сущности проводимых мероприятий, осуществления реформ и т.д.
- ☐ Социальная реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение благотворительных и иных общественно-полезных целей, а также интересов государства;
- ☐ Социальная реклама – информация, распространяемая любыми средствами массовой информации, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение благотворительных и иных общественно-полезных целей, а также интересов государства;

26 Характерными чертами рекламы являются:

- ☐ двусторонность, убедительность, правдивость, конкретность, целенаправленность
- ☐ все варианты не верные;
- ☒ гуманность, конкретность, целенаправленность, правдивость и компетентность
- ☐ компетентность, доверительность, гуманность, точность, экспрессивность;

27 Какой из нижеперечисленных определений не верный?

- ☐ реклама – часть системы маркетинговых коммуникаций;
- ☒ реклама – способ манипулирования поведением потребителей
- ☐ реклама – вид социальной коммуникации;

28 Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей – это:

- ☐ имиджевая реклама
- ☐ бизнес-реклама
- ☐ никакой.
- ☒ социальная реклама;

29 Основной задачей увещательной рекламы является:

- ☐ формирование осведомленности и знания о новом товаре
- ☒ убеждение покупателя приобрести рекламируемый товар;
- ☐ политическая реклама;
- ☐ побудить потребителя к немедленному действию

30 Укажите неверный ответ. Экономическая роль рекламы реализуется в том, что она:

- ☐ поддерживает конкуренцию, расширяет рынки сбыта;
- ☐ способствует росту объема капиталовложений и числа рабочих мест;
- ☐ способствует популяризации товара и повышению спроса.
- ☒ способствует распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности

31 Заказчиком рекламы является:

- ☐ копирайтер;
- ☐ рекламное агентство
- ☐ медиабайер.
- ☒ рекламодаделец;

32 По ширине охвата аудитории выделяется реклама:

- ☐ товарная, престижная, реклама идей, личности, территории
- ☐ коммерческая, социальная, политическая.
- ☒ локальная, региональная, общенациональная, международная, глобальная
- ☐ информативная, увещательная, напоминающая

33 Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии выведения нового товара на рынок:

- ☐ стимулирующая реклама;
- ☐ престижная реклама
- ☐ напоминающая реклама;
- ☒ информативная реклама;

34 Предметом курса «Рекламное дело» является:

- ☐ рекламная деятельность, предпринимаемая физическими или юридическими лицами, с целью получения части прибыли от увеличения сбыта;
- ☐ определенный вид товара, услуги или явления, о котором сообщается в виде рекламы;
- ☐ все факторы, обуславливающие развитие рекламного бизнеса как особой отрасли предпринимательской деятельности;
- ☒ совокупность мероприятий, связанных с производством, продвижением и потреблением рекламной информации с оценкой эффективности рекламы;

35 В каком году и где 15 азербайджанских рекламистов были выбраны членами МРА?

- ☐ 20 марта 1996 г. в Сеуле;
- ☐ 15 ноября 1996 г. в Мадриде;
- ☐ 10 октября 1996 г. в Париже;
- ☒ 12 декабря 1996 г. в Чикаго;

36 На каком съезде и где впервые Азербайджан как рекламная страна была представлена на Международной Рекламной Ассоциации?

- ☐ на 35-м съезде в Москве;
- ☐ на 35-м съезде в Кипре;
- ☒ на 35-м съезде в Сеуле ;
- ☐ на 35 съезде в Чикаго

37 Когда был принят закон АР «О рекламе»?

- ☐ 3 октября 1999 г.;
- ☐ 3 октября 1998 г.;
- ☐ 3 октября 1996 г.;
- ☒ 3 октября 1997 г.;

38 Когда начался второй этап развития современной рекламы в Азербайджане?

- ☐ с приходом исламской религии в Азербайджан
- ☐ в 1992-м г., с учреждением Бакинского Городского Управления Рекламы и Дизайна
- ☒ в 1997-м г., когда был принят закон АР «О рекламе»;
- ☐ с развитием нефтяной промышленности в Азербайджане

39 Когда начался первый этап развития современной рекламы в Азербайджане?

- ☒ в 1992-м г., с учреждением Бакинского Городского Управления Рекламы и Дизайна.
- ☐ с развитием нефтяной промышленности в Азербайджане
- ☐ в 1997-м г., когда был принят закон АР «О рекламе»;
- ☐ с приходом исламской религии в Азербайджан;

40 Когда начался четвёртый этап развития рекламы в Азербайджане?

- ☐ в средние века
- ☐ с приходом исламской религии в Азербайджан;
- ☒ с развитием нефтяной промышленности в Азербайджане;
- ☐ XIII-X тысячелетие до н.э.;

41 Когда начался третий этап развития рекламы в Азербайджане?

- ☐ с развитием нефтяной промышленности в Азербайджане;
- ☒ в средние века;
- ☐ XIII-X тысячелетие до н.э.;
- ☐ с приходом исламской религии в Азербайджан;

42 Когда начался второй этап развития рекламы в Азербайджане?

- ☐ в средние века;
- ☒ с приходом исламской религии в Азербайджан;
- ☐ XIII-X тысячелетие до н.э.;
- ☐ с развитием нефтяной промышленности в Азербайджане;

43 Когда начался первый этап формирования и развития рекламы в Азербайджане?

- ☐ X-XII вв. н.э.;
- ☐ XIV-IX тысячелетие до н.э.;
- ☒ XIII-X тысячелетие до н.э.;
- ☐ VI-X вв. н.э.;

44 Первая российская печатная реклама появилась:

- ☐ в XX в.
- ☐ в XVII в.;
- ☐ в IX в.;
- ☒ в XVIII в.;

45 Зарождение рекламного дела в Киевской Руси относят:

- ☐ к VI-VIII вв.;
- ☒ к X-XI вв.;
- ☐ к VIII-X вв.;
- ☐ к IX-X вв.;

46 В каком году вышла в эфир первая телереклама?

- ☐ в 1950-е г.;
- ☒ в 1930-е г.
- ☐ в 1920-е г.;
- ☐ в 1940-е г.;

47 В каком году вышла в эфир реклама по радио?

- ☐ в 1940-е г.;
- ☒ в 1920-е г.;
- ☐ в 1930-е г.;
- ☐ в 1950-е г.;

48 Первым агентством, работавшим над текстом рекламного сообщения и проводившим рекламными кампаниями, считается агентство:

- ☐ Айер и сыновья» основанное в 1980 г.;

- ☒ «Айер и сыновья» основанное в 1890 г.;
- ☐ Айер и сыновья» основанное в 1790 г.;
- ☐ Айер и сыновья» основанное в 1880 г.;

49 В какой период началось развитие рекламной деятельности в Западной Европе?

- ☐ IX в.;
- ☒ XVIII в.;
- ☐ XIV в.;
- ☐ XII в.;

50 Когда получила распространение геральдика, в рамках которой оговаривались принципы и правила использования изображений в знаках и гербах?

- ☐ IX-X вв.;
- ☒ XI-XII вв.;
- ☐ X-XIV вв.;
- ☐ X-XI вв.;

51 В каком году и где появилась первая газета под названием «Gazett»?

- ☐ в 1640 г. в Германии;
- ☒ в 1630 г. во Франции.
- ☐ в 1580 г. в Греции;
- ☐ в 1560 г. в Испании;

52 Когда и где появилось первое информационное бюро?

- ☐ 1535 г. в Лондоне
- ☒ 1530 г.в Венеции;
- ☐ 1540 г. в Мадриде;
- ☐ 1550 г. Берлине.

53 Чем отличались первые рекламные тексты?

- ☐ гармонией, красочностью, яркостью, живописностью;
- ☒ бессистемностью, эпизодичностью, отсутствием правовой регламентации
- ☐ хаотичностью, неупорядоченностью, дисгармонией
- ☐ беспорядочностью, красочностью, дизайном;

54 ,

- ☐ в Древней Руси и Древней Греции;
- ☒ в Древнем Египте и Древней Греции;
- ☐ в Древнем Египте и Древней Риме
- ☐ в Древнем Риме и Древней Греции;

55 Прообразами политической рекламы являются:

- ☒ статуи, скульптуры знаменитых людей;
- ☐ клейма, орнаменты
- ☐ клейма, которыми метили скот и рабов.
- ☐ орнаменты, татуировки

56 Источником брендовой рекламы служат:

- ☐ никакой;
- ☒ клейма, которыми метили скот и рабов
- ☐ статуи, скульптуры знаменитых людей;

- ☐ орнаменты, татуировки;

57 Прототипом для появления изобразительной рекламы служат:

- ☐ все;  
☒ рисунки, орнаменты, татуировки  
☐ никакой.  
☐ деревянные доски, медные таблички;

58 Одним из первых дошедших до нашего времени рекламных обращений считается:

- ☐ египетский папирус, в котором сообщалось о продаже станка  
☒ египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба;  
☐ египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба и скота;  
☐ стенды, клейма, фирменные метки мастеров

59 Роль глашатаев на русских ярмарках выполняли:

- ☐ никакой.  
☒ продавцы-коробейники;  
☐ клоуны;  
☐ покупатели;

60 Первое печатное объявление появилось:

- ☐ в Италии.  
☒ в Англии;  
☐ в Германии;  
☐ в России;

61 В какой жанр рекламы (рекламное средство) преобразовался русский лубок:

- ☐ в печатный "летучий листок".  
☒ в рекламный плакат;  
☐ в рекламный лозунг;  
☐ рекламный слоган

62 Чем объясняется временное "затишье" в рекламе во Франции XIX века:

- ☐ социальными причинами  
☒ последствиями Великой французской революции;  
☐ экономическими причинами  
☐ приходом к власти Наполеона I;

63 Печатный станок изобрел:

- ☐ Д. Огилви  
☒ И. Гуттенберг  
☐ Б. Франклин;  
☐ Б. Батдольд

64 Каким образом обновлялись альбомы:

- ☐ раскрашивались;  
☒ забеливались;  
☐ заклеивались;  
☐ закрашивались;

65 В какой период истории рекламы наблюдается её "затухание" в Европе:



- ☐ античный период;
- ☒ раннее средневековье;
- ☐ позднее средневековье;
- ☐ XVIII век;

66 Как в античности назывался специально нанятый торговцем человек, в задачи которого входило зазывание покупателей и расхваливание товара нанимателя:

- ☐ продавец;
- ☒ глашатай;
- ☐ торговец;
- ☐ герольд;

67 С какого времени образовался жанр граффити в рекламе:

- ☐ со времён развитого средневековья;
- ☒ со времен античности;
- ☐ со времен позднего средневековья.
- ☐ со времен раннего средневековья;

68 Что означает модель AIDA?

- ☐ access, interest, deseive, action;
- ☒ attention, interest, desire, action;
- ☐ activity, interest, deside, action;
- ☐ accost, interest, definition, action

69 Основные этапы модели AIDA?

- ☐ убеждение, информирование, создание интереса, эффективность;
- ☒ привлечение внимания, создание интереса, формирование желания, действие;
- ☐ обращение, информирование, мотивация, эффективность;
- ☐ привлечение внимания, обращение, убеждение, приобретение продукта;

70 Которые из ниже перечисленных элементов относят к модели Лацуэлла?

- ☐ привлечения внимания, убеждение, мотивация, обращение, эффективность
- ☒ аудитория, СМИ, сообщение, кодирование, декодирование, обращение
- ☐ привлечение внимания, обращение, убеждение, приобретение продукта
- ☐ аудитория, СМИ, сообщение, кодирование, декодирование, обращение;

71 Сколько элементов включает в себя модель Лацуэлла?

- ☐ 8.0
- ☒ 5.0
- ☐ 7.0
- ☐ 6.0

72 Что представляют собой смешанные модели?

- ☐ носят экономический характер и осуществляют функцию координирования
- ☒ носят социально-психологический характер, совмещают черты коммуникативных и информационных моделей;
- ☐ носят социальный характер и определяют объективные элементы массовых коммуникаций
- ☐ носят психологический характер и представляют основные этапы обработки рекламной информации;

73 Что представляют собой информационные модели?

- ☐ носят социально-психологический характер, совмещают черты коммуникативных и информационных моделей;

- ☐ несут социальный характер и определяют объективные элементы массовых коммуникаций
- ☐ несут экономический характер и осуществляют функцию координирования;
- ☒ несут психологический характер и представляют основные этапы обработки рекламной информации

74 Что представляют собой коммуникационные модели?

- ☐ несут экономический характер и осуществляют функцию координирования;
- ☒ несут социальный характер и определяют объективные элементы массовых коммуникаций;
- ☐ несут социально-психологический характер, совмещают черты коммуникативных и информационных моделей;
- ☐ несут психологический характер и представляют основные этапы обработки рекламной информации

75 Который из ниже перечисленных моделей относится к мотивационным моделям:

- ☐ модель Лацуэлла;
- ☒ гомеостатическая теории мотивации
- ☐ модель Майерса;
- ☐ Модель Вести-Маккллина;

76 Теоретическими моделями рекламы являются:

- ☐ модели стабилизации и модели мотивации;
- ☒ мотивационные модели и модели обучения;
- ☐ стимулирующие модели и модели обучения;
- ☐ модели обучения и стабилизации;

77 Что такое послекоммуникативная фаза?

- ☐ выбор адресатом такого сообщения, которое в максимальной степени отвечает его интересам;
- ☒ результат воздействия, формирование определённого мнения о предмете рекламы или переоценка собственных представлений о нём;
- ☐ психический процесс, как воспоминание, понимание и запоминание зависящее от прошлого опыта и т.д.;
- ☐ форма коммуникации, в котором происходит изменение или стабилизация предпочтений;

78 Что такое коммуникативная фаза?

- ☐ форма коммуникации, в котором происходит выработка концепции рекламы.
- ☒ психический процесс, как воспоминание, понимание и запоминание зависящее от прошлого опыта и т.д.;
- ☐ форма коммуникации, в котором происходит изменение или стабилизация предпочтений;
- ☐ мнения о предмете рекламы или переоценка собственных представлений о нём;

79 Что такое докуммуникативная фаза?

- ☐ форма коммуникации, в котором происходит изменение или стабилизация предпочтений;
- ☒ выбор адресатом такого сообщения, которое в максимальной степени отвечает его интересам;
- ☐ результат воздействия, формирование определённого мнения о предмете рекламы или переоценка собственных представлений о нём;
- ☐ психический процесс, как воспоминание, понимание и запоминание зависящее от прошлого опыта и т.д.;

80 Как называется четвёртая фаза процесса рекламной коммуникации?

- ☐ фаза декодирования
- ☒ фаза воздействия
- ☐ фаза передачи
- ☐ фаза кодирования

81 Как называется третья фаза процесса рекламной коммуникации?

- ☐ фаза кодирования
- ☒ фаза восприятия

- ☐ фаза передачи
- ☐ фаза декодирования;

82 Как называется вторая фаза процесса рекламной коммуникации?

- ☐ фаза декодирования
- ☒ фаза передачи
- ☐ фаза воздействия
- ☐ фаза кодирования

83 Как называется первая фаза процесса рекламной коммуникации?

- ☐ фаза восприятия.
- ☒ Как называется первая фаза процесса рекламной коммуникации?
- ☐ фаза декодирования
- ☐ фаза воздействия;

84 Который из ниже перечисленных относится к фазам процесса рекламной коммуникации?

- ☐ восприятие, передача, обращение, помехи;
- ☒ кодирование, передача, восприятие, воздействие
- ☐ передача, кодирование, обращение, декодирование;
- ☐ восприятие, ответная реакция, обратная связь, воздействие

85 Сколько фаз включает в себя процесс рекламной коммуникации?

- ☐ 4.0
- ☐ 3.0
- ☐ 5.0
- ☒ 2.0

86 В качестве основных функций коммуникаций выступают:

- ☐ передатчик и получатель
- ☒ кодирование и декодирование
- ☐ обратная связь;
- ☐ обращение и шумы;

87 Какую функцию осуществляет коммуникант?

- ☐ кодирует информацию
- ☒ получает информацию;
- ☐ добывает информацию
- ☐ сохраняет информацию

88 Какую функцию осуществляет коммуникатор?

- ☐ кодирует информацию
- ☒ передаёт информацию
- ☐ получает информацию;
- ☐ сохраняет информацию;

89 Что такое коммуникация?

- ☐ это процесс переговоров о купле-продаже
- ☐ это процесс передачи информации от потребителей к поставщикам
- ☐ это процесс переговоров коммуникатора с координатором;
- ☒ это процесс передачи информации от её владельца к её конечному потребителю

90 Целями продвижения не являются:

- ☐ увеличение целевого рынка.
- ☒ уменьшение целевого рынка фирмы;
- ☐ увеличение объёма продаж
- ☐ формирования спроса и стимулирование сбыта;

91 Набор инструментов маркетинговых коммуникаций не включает в себя:

- ☐ прямой маркетинг
- ☒ маркетинговую информационную систему
- ☐ выставки и ярмарки;
- ☐ спонсорство

92 Стимулирование сбыта – это:

- ☐ составная часть системы распределения
- ☒ составная часть комплекса маркетинга
- ☐ составная часть комплекса продвижения
- ☐ составная часть рекламы

93 В каком из вариантов система целей бизнеса представлена правильно?

- ☐ маркетинговые цели – цели маркетинговых коммуникаций – главные фирменные цели;
- ☒ главные фирменные цели – маркетинговые цели – цели маркетинговых коммуникаций
- ☐ маркетинговые цели – цели маркетинговых коммуникаций – главные фирменные цели;
- ☐ маркетинговые цели – цели маркетинговых коммуникаций – главные фирменные цели;

94 Информация о выставках и ярмарках должна быть:

- ☐ доведена только до определенного круга лиц;
- ☒ доведена заранее до максимальной по размеру аудитории

95 Слухи (молва) играют в распространении маркетинговой информации:

- ☐ малую роль;
- ☒ большую роль;
- ☐ главную роль
- ☐ никакой роли;

96 Какие из ниже перечисленных форм не относятся к средствам маркетинговых коммуникаций:

- ☐ стимулирование сбыта
- ☒ медиабаинг;
- ☐ паблик рилейшнз
- ☐ реклама;

97 Какой дополнительный элемент присутствуют в концепции социально-этичного маркетинга:

- ☐ потребитель;
- ☒ общество.
- ☐ покупатель;
- ☐ продавец;

98 Какие из перечисленных маркетинговых концепций отводят рекламе наибольшую роль:

- ☐ концепция стимулирования сбыта;
- ☒ концепция интенсификации коммерческих усилий
- ☐ концепция совершенствования товара;
- ☐ концепция совершенствования производства;

99 Какими бывают помехи (барьеры, шумы) при коммуникации:

- ☐ двойными
- ☒ позитивные;
- ☐ негативные.
- ☐ фоновые;

100 После кодирования идея не воплощается:

- ☐ все варианты верные;
- ☒ в мыслительные образы
- ☐ в графики;
- ☐ во фразы.

101 Который из ниже перечисленных функций коммуникационной модели не верный?

- ☐ декодирование;
- ☒ отправление;
- ☐ ответная реакция
- ☐ кодирование;

102 Какие из функций присущи рекламе как одному из видов коммуникаций?

- ☐ социальная;
- ☒ информативная;
- ☐ практическая;
- ☐ экономическая;

103 Скидки с цены, распространение купонов, проведение конкурсов – это приемы:

- ☐ паблик рилейшнз
- ☒ стимулирования сбыта;
- ☐ прямого маркетинга
- ☐ рекламы;

104 Рекламный процесс представляет собой:

- ☐ определение контингента товаров и услуг, нуждающихся в рекламе.
- ☒ совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю
- ☐ комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
- ☐ процесс создания рекламной продукции

105 Кто из участников рекламной деятельности инициирует рекламный процесс:

- ☐ потребитель;
- ☒ рекламодатель;
- ☐ средства распространения рекламы
- ☐ рекламное агентство.

106 Сколько основных видов у суггестии?

- ☒ 2.0
- ☐ 1.0
- ☐ 4.0
- ☐ 3.0

107 Какой элемент может отсутствовать в композиции рекламного объявления?

- ☐ рекламный заголовок, в качестве которого может выступать слоган, призыв, афоризм и т.д.;
- ☐ информационный блок или рекламный текст;

- ☐ справочные сведения;
- ☒ зачин, предваряющий информационный блок;

108 Стереотипы классифицируются по природе возникновения на:

- ☐ краткосрочные, долгосрочные, постоянные;
- ☐ краткосрочные, временные, непостоянные;
- ☒ вечные, временные, заложенные с детства;
- ☐ вечные, постоянные, долгосрочные;

109 Что такое эстетические мотивы?

- ☐ способ воздействия изменяющее мнение под влиянием информации, полученной из высокоавторитетного источника;
- ☐ это отражение в коре головного мозга отдельных свойств предметов, объектов и явлений окружающего мира, непосредственно воздействующих в данный момент на органы чувств человека.
- ☒ один из самых сильных и долговременных мотивов уделяющее особое внимание внешнему виду изделия, привлекательности формы, оригинальности цветового решения и т.д.
- ☐ рефлекс нашего организма на какое то раздражение среды;

110 Кем был создан цветовой тест?

- ☐ А.Маслоу;
- ☐ В.Робертом.
- ☐ Вебер Эрнст Генрихом;
- ☒ М.Люшером

111 Какой из нижеперечисленных цветов у американцев ассоциируется с верностью?

- ☐ синий;
- ☐ зелёный;
- ☒ голубой;
- ☐ фиолетовый;

112 Какой из нижеперечисленных цветов у американцев ассоциируется с процветанием?

- ☐ белый;
- ☐ розовый;
- ☐ красный;
- ☒ жёлтый;

113 Какой из нижеперечисленных цветов у американцев ассоциируется с любовью?

- ☐ жёлтый;
- ☐ белый;
- ☐ розовый;
- ☒ красный;

114 В каком году была создана ассоциация цвета в США?

- ☐ 1900 г.;
- ☐ 1920 г.;
- ☐ 1910 г.;
- ☒ 1915 г.;

115 Основные функции цвета в рекламе:

- ☐ стимулирование эмоций и ассоциаций;
- ☒ содействие максимальному усвоению информации
- ☐ ни один из вариантов не верный

- ☐ усиление аргументации и призыва;

116 Который из нижеперечисленных цветов считается в Японии символом радости?

- ☐ красный;  
☐ оранжевый;  
☐ белый;  
☒ чёрный;

117 Которые из нижеуказанных рекламных приёмов используются для перевода непроизвольного внимания в произвольное?

- ☐ использование фактуры шрифта, чтобы акцентировать внимание на наиболее значимых словах;  
☒ все варианты верные;  
☐ применение интригующих заголовков, заставляющих прочитать текст до конца;  
☐ привлечение фактов, связанных с рекламируемым товаром;

118 По экспериментам психологов, сколько процентов силы воздействия сообщения зависит от звуковых, визуальных и других характеристик?

- ☐ 50%;  
☐ 70%;  
☐ 60%;  
☒ 80%.

119 По экспериментам психологов, сколько процентов силы воздействия сообщения зависит от его смысла?

- ☐ 40%;  
☒ 20%;  
☐ 30%;  
☐ 10 %;

120 Что означает ощущение?

- ☐ апелляция к рациональным моментам в мышлении человека с целью изменить те или иные его взгляды, отношения или сформировать новые;  
☒ это отражение в коре головного мозга отдельных свойств предметов, объектов и явлений окружающего мира, непосредственно воздействующих в данный момент на органы чувств человека.  
☐ рефлекс нашего организма на какое то раздражение среды;  
☐ это направленность и сосредоточенность психической деятельности человека на какой-либо предмет или явление действительности;

121 Переработка информации, происходящая при рекламном воздействии на потребителя, включает следующие психические процессы?

- ☐ мотивация, осознание, мышление, стимулирование  
☒ ощущения, восприятие, внимание, мышление, память  
☐ внимание, восприятие, память, мотивация, стимулирование  
☐ ощущения, восприятие, память, осознание, действие;

122 Что такое произвольное внимание?

- ☐ внушение со стороны  
☒ определяется задачей сознательно выполняемой деятельности  
☐ самовнушение;  
☐ привлечение со стороны

123 Что такое внимание?

- ☒ это направленность и сосредоточенность психической деятельности человека на какой-либо предмет или явление действительности;
- ☐ процесс наиболее обобщенного и опосредованного отражения окружающего мира в это отражение в коре головного мозга отдельных свойств предметов, объектов и явлений окружающего мира, непосредственно воздействующих в данный момент на органы чувств человека существенных связях и отношениях;
- ☐ это направленность и сосредоточенность психической деятельности человека на какой-либо предмет или явление действительности;

124 Который из ниже приведённых определений мышления верное?

- ☐ это направленность и сосредоточенность психической деятельности человека на какой-либо предмет или явление действительности;
- ☒ процесс наиболее обобщенного и опосредованного отражения окружающего мира в его существенных связях и отношениях;
- ☐ это отражение в коре головного мозга отдельных свойств предметов, объектов и явлений окружающего мира, непосредственно воздействующих в данный момент на органы чувств человека.
- ☐ это направленность и сосредоточенность психической деятельности человека на какой-либо предмет или явление действительности

125 Что такое непроизвольное внимание?

- ☐ внушение со стороны;
- ☒ рефлекс нашего организма на какое то раздражение среды;
- ☐ самовнушение;
- ☐ привлечение со стороны;

126 В зависимости от цели рекламы и интереса к рекламируемому товару внимание подразделяется на:

- ☐ умышленное и непредумышленное
- ☒ произвольное и непроизвольное
- ☐ намеренное и ненамеренное
- ☐ вольное и невольное

127 Что означает аутосуггестия?

- ☐ рефлекс на какое-то раздражение
- ☒ самовнушение;
- ☐ внушение со стороны
- ☐ привлечение со стороны

128 Что означает гетеросуггестия?

- ☐ привлечение со стороны;
- ☒ внушение со стороны;
- ☐ самовнушение;
- ☐ рефлекс на какое-то раздражение

129 Что такое суггестия?

- ☐ рефлекс нашего организма на какое то раздражение среды;
- ☒ воздействие на личность приводящее либо к появлению у неё помимо воли и сознания определённого состояния, чувства, отношения, либо к совершению человеком поступка, непосредственно не следующего из принимаемых им норм и принципов деятельности;
- ☐ это направленность и сосредоточенность психической деятельности человека на какой-либо предмет или явление действительности;
- ☐ процесс наиболее обобщенного и опосредованного отражения окружающего мира в его существенных связях и отношениях;

130 Какая формула применяется для определения последовательности психологического воздействия, способного привести к желаемому результату (покупке товара)?



- ☐ DAGMAR;
- ☒ AIDA;
- ☐ RACE;
- ☐ ACE;

131 Что такое мотив?

- ☐ то, что создаёт интерес к продукту;
- ☒ то, что побуждает человека к деятельности;
- ☐ то, что формирует желание приобрести товар;
- ☐ то, что вынуждает человека действовать

132 Который из нижеперечисленных цветов в Европе считается символом печали?

- ☐ синий;
- ☒ чёрный;
- ☐ оранжевый;
- ☐ красный;

133 Кто является источником информации для разработки рекламного сообщения?

- ☐ Рекламораспространитель;
- ☒ Рекламодаватель;
- ☐ Рекламопроизводитель;
- ☐ Креативный директор

134 В какой последовательности следует представить механизм психологического воздействия рекламы на её потребителя?

- ☐ выбор средств информации, определение целей рекламы, запоминание, действие;
- ☒ привлечение внимания, поддержание интереса, проявление эмоций, убеждение, принятие решения, совершение покупки (действие);
- ☐ заинтересованность, восприятие, воздействие, совершение покупки;
- ☐ проявление интереса, убеждение, восприятие, действие;

135 Сколько раз следует опубликовать объявление, чтобы оно было замечено подавляющим большинством потребителей?

- ☐ 4.0
- ☒ 3.0
- ☐ 1.0
- ☐ 2.0

136 В чём заключается суть престижной внушаемости?

- ☐ сводится к готовности соглашаться с информацией на основе не критичности восприятия.
- ☒ изменяет мнение под влиянием информации, полученной из высокоавторитетного источника;
- ☐ привлечение внимания, поддержание интереса, проявление эмоций,
- ☐ процесс наиболее обобщенного и опосредованного отражения окружающего мира в его существенных связях и отношениях;

137 В чём заключается суть первичной (психомоторной) внушаемости?

- ☐ процесс наиболее обобщенного и опосредованного отражения окружающего мира в его существенных связях и отношениях;
- ☒ сводится к готовности соглашаться с информацией на основе не критичности восприятия
- ☐ воздействует на изменение мнения под влиянием информации, полученной из высокоавторитетного источника
- ☐ привлечение внимания, поддержание интереса, проявление эмоций,

## 138 Что такое убеждение?

- ☐ процесс наиболее обобщенного и опосредованного отражения окружающего мира в его существенных связях и отношениях.
- ☒ апелляция к рациональным моментам в мышлении человека с целью изменить те или иные его взгляды, отношения или сформировать новые;
- ☐ способ воздействия, рассчитанный на некритическое восприятие сообщений, в которых нечто утверждается или отрицается без доказательств
- ☐ способ воздействия изменяющее мнение под влиянием информации, полученной из высокоавторитетного источника;

## 139 Что такое внушение?

- ☐ апелляция к рациональным моментам в мышлении человека с целью изменить те или иные его взгляды, отношения или сформировать новые;
- ☒ способ воздействия, рассчитанный на некритическое восприятие сообщений, в которых нечто утверждается или отрицается без доказательств;
- ☐ воздействие на личность приводящее либо к появлению у неё помимо воли и сознания определённого состояния, чувства, отношения, либо к совершению человеком поступка, непосредственно не следующего из принимаемых им норм и принципов деятельности;
- ☐ способ воздействия изменяющее мнение под влиянием информации, полученной из высокоавторитетного источника;

## 140 Какие из ниже указанных факторов оказывают влияние на процесс поведения человека в рекламном среде?

- ☐ внутренние и социальные
- ☒ внешние и внутренние;
- ☐ внешние и психологические
- ☐ экономические и социальные

## 141 Когда и где появились первые билборды?

- ☐ 100 лет назад в Испании;
- ☐ 100 лет назад во Франции;
- ☐ 100 лет назад в Италии;
- ☒ 100 лет назад в Америке;

## 142 В каком размере чаще всего бывают рекламные поверхности призм?

- ☐ 3x10 м.;
- ☐ 3x4 м.;
- ☐ 3x8 м.;
- ☒ 3x6 м.;

## 143 Что означает призматрон?

- ☐ рекламная конструкция, которая успешно позволяет привлечь огромный процент первичной и вторичной целевой аудитории;
- ☐ рекламная конструкция, предназначенная для размещения рекламного объявления больших размеров
- ☒ рекламная конструкция, представляющая собой несущую раму, в которой установлены рекламная конструкция с внутренней подсветкой, на котором в течении нескольких минут в автоматическом режиме сменяется от 2 до 8 рекламных изображений; ламели
- ☐ рекламная конструкция, которая полностью занимает торцевую поверхность здания;

## 144 В каком из ниже перечисленных видов наружной рекламы, владелец сам устанавливает время фиксации каждого рекламного изображения?

- ☐ панно;
- ☐ призма;
- ☐ билборд;
- ☒ скроллер;

145 Как называется рекламный щит с внутренней подсветкой, на котором в течении нескольких минут в автоматическом режиме сменяются от 2 до 8 рекламных изображений;

- ☐ панно;
- ☐ призма;
- ☒ скроллер.
- ☐ билборд;

146 Основными недостатками наружной рекламы как канала распространения рекламы являются:

- ☐ частота и гибкость в размещении плакатов
- ☐ широкий охват аудитории, зрелищность наружной рекламы;
- ☐ относительно невысокая стоимость одного контакта
- ☒ возможность передачи лишь небольшого объема информации из-за короткого времени контакта потребителя с рекламой;

147 Основными преимуществами наружной рекламы как канала распространения рекламы являются:

- ☐ необходимость постоянного контроля за состоянием рекламных конструкций
- ☐ относительно высокая стоимость изготовления и аренды;
- ☐ возможность передачи лишь небольшого объема информации из-за короткого времени контакта потребителя с рекламой
- ☒ широкий охват аудитории, зрелищность наружной рекламы;

148 Как называется средство наружной рекламы размещенное на торцевых стенах зданий в районах максимального скопления автотранспорта и пешеходов?

- ☐ брендмауэры;
- ☒ жидкокристаллические экраны;
- ☐ скроллеры;
- ☐ билборды;

149 Которые из ниже следующих являются недостатками рекламы в журналах?

- ☐ большая продолжительность жизни рекламы по сравнению с газетной рекламой;
- ☐ фактор престижности издания;
- ☒ меньший географический охват территории распространения
- ☐ высокое полиграфическое качество;

150 Которые из ниже следующих являются преимуществами рекламы в журналах?

- ☐ небольшие тиражи;
- ☒ высокий уровень избирательности целевых групп
- ☐ высокие затраты на подготовку
- ☐ низкая оперативность в изменении макета

151 Которые из ниже следующих являются недостатками рекламы на газетах?

- ☐ высокий уровень избирательности целевых групп
- ☐ возможность демонстрации образцов товаров
- ☒ меньший географический охват территории распространения
- ☐ фактор престижности издания

152 Которые из ниже следующих являются преимуществами рекламы на газетах?

- ☐ небольшие тиражи;
- ☐ высокие затраты на подготовку
- ☐ низкая оперативность в изменении макета

- ☒ высокий уровень избирательности целевых групп, фактор престижности издания, возможность демонстрации образцов товаров

153 Что такое внемагазинная реклама?

- ☐ реклама, оказывающая комплексное воздействие на потребителей;
- ☒ реклама, осуществляемая через радиотрансляционную сеть;
- ☐ реклама, ограниченная пределами одного торгового предприятия и осуществляемая через радиотрансляционные установки
- ☐ реклама, оказывающая сильное воздействие на аудиторию в силу особенностей технического характера;

154 Что такое внутримагазинная реклама?

- ☐ реклама, воздействующая на широкую аудиторию.
- ☒ реклама, ограниченная пределами одного торгового предприятия и осуществляемая через радиотрансляционные установки;
- ☐ реклама, оказывающая комплексное воздействие на потребителей
- ☐ реклама, оказывающая сильное воздействие на аудиторию в силу особенностей технического характера

155 Которые из ниже перечисленных видов относятся к радиорекламе?

- ☐ все варианты верные
- ☒ внемагазинная и внутримагазинная
- ☐ внеорганизационная и внутриорганизационная
- ☐ внефирменная и внутрифирменная;

156 Как называется средство наружной рекламы, представляющее собой застекленный рекламный планшет с подсветкой, установленный чаще всего на тротуарах людных улиц и на остановках городского транспорта?

- ☐ бигборд;
- ☒ лайтбокс;
- ☐ басорама;
- ☐ билборд;

157 Которые из нижеуказанных являются недостатками радиорекламы?

- ☐ оперативность выхода в эфир;
- ☒ продолжительность жизни радиосообщения, как и телеинформации, не превышает длительности её передачи
- ☐ тарифы относительно не велики, что привлекательно для малых фирм
- ☐ возможность повторения рекламы большое число раз в течении дня и мотивация потребителя на приобретение товара в конкретных торговых точках.

158 По исследованиям учёных, сколько процентов радиослушателей мгновенно достраивают сюжет рекламного видеоролика, если в радиорекламе звучат музыка и текст телерекламы?

- ☐ эффективность рекламной кампании трудно поддаётся анализу.
- ☒ привлекательность для местного рекламодателя, оперативность выхода в эфир;
- ☐ показатели концентрации внимания слушателей достаточно низки, потому, что люди слушают радио, занимаясь другими делами;
- ☐ продолжительность жизни радиосообщения, как и телеинформации, не превышает длительности её передачи;

159 Которые из ниже следующих являются недостатками телевизионной рекламы?

- ☐ контроль за временем общения потребителя с рекламным обращением;
- ☒ по стоимости размещения рекламы телевидение относится к наиболее дорогим каналам распространения реклама
- ☐ разнообразные тематические программы делающие возможным выбор целевой аудитории;
- ☐ одновременное визуальное и звуковое воздействие.

160 Которые из ниже следующих являются преимуществами телевизионной рекламы?

- ☐ устойчиво негативное отношение со стороны зрителей к прерыванию программ на рекламные паузы
- ☒ одновременное визуальное и звуковое воздействие, обеспечение высокой степени вовлеченности телезрителя в происходящее на экране;
- ☐ возможность одновременного просмотра рекламы зрителем только на одном канале;
- ☐ высокая стоимость изготовления телевизионного рекламного ролика

161 Продолжительность трансляции рекламно-информационных роликов составляет:

- ☐ 40 с.;
- ☒ несколько минут.
- ☐ 60 с.;
- ☐ 1 минута;

162 Продолжительность трансляции развёрнутых роликов составляет:

- ☐ 30 с.;
- ☒ 30-60 с
- ☐ 30-40 с.;
- ☐ 30-50 с.;

163 Продолжительность трансляции блиц-роликов составляет:

- ☐ 5-40 с.
- ☒ 5-10 с.;
- ☐ 5-30 с.;
- ☐ 5-20 с.;

164 Которые из ниже перечисленных являются основными каналами распространения рекламы?

- ☐ выставки;
- ☒ интернет-реклама
- ☐ почтовая реклама
- ☐ ярмарки;

165 При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя?

- ☐ печатная реклама
- ☒ реклама на месте продажи.
- ☐ реклама в прессе
- ☐ наружная реклама

166 Укажите неверный ответ. Радио наиболее подходит для рекламы:

- ☐ все ответы верные;
- ☒ промышленной продукции и технологий
- ☐ товаров и услуг массового спроса
- ☐ потребительских товаров;

167 Какое средство распространения рекламы имеет личностный характер вплоть до абсолютной конфиденциальности?

- ☐ реклама на радио;
- ☒ прямая почтовая реклама
- ☐ реклама в прессе
- ☐ реклама на телевидении

168 Укажите неверный ответ. Основным недостатком рекламы в газетах является:

- ☐ многочисленность «первичных читателей»;
- ☒ многочисленность «вторичных читателей»;
- ☐ краткосрочность существования;
- ☐ низкое качество воспроизведения

169 Буклет представляет собой:

- ☐ хорошо иллюстрированный пригласительный билет
- ☒ сфальцованное и, как правило, многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание;
- ☐ многостраничное, сброшюрованное и хорошо иллюстрированное издание небольшого формата;
- ☐ малоформатное несфальцованное недорогое издание

170 Что такое брендмауэр?

- ☐ специально построенные рекламные щиты, располагающиеся вдоль автомобильных трасс;
- ☒ крупные рекламные конструкции, расположенные на глухих стенах зданий свободных от окон;
- ☐ рекламный щит, установленный, как правило, на магистралях дорог
- ☐ отдельно стоящая раскладная и выносная конструкция, располагающаяся вблизи от рекламируемого объекта;

171 Для рекламы промышленной продукции наиболее целесообразно использовать средство рекламы:

- ☐ радио реклама;
- ☒ выставки;
- ☐ наружная реклама;
- ☐ телевизионная реклама

172 Какое одно из средств рекламы используется чаще всего местными рекламодателями?

- ☐ Журналы;
- ☒ Телевидение;
- ☐ Газеты;
- ☐ Радио;

173 Что такое билборд?

- ☐ система подсветки для световых букв
- ☒ рекламный щит, установленный, как правило, на магистралях дорог;
- ☐ вид рекламы в интернете;
- ☐ реклама, вкладываемая в книгу, журнал, каталог в виде закладки;

174 Какое понятие из ниже перечисленных является лишним?

- ☐ Постер;
- ☒ Флаер;
- ☐ Плакат;
- ☐ Афиша;

175 Коммуникативная эффективность рекламных мероприятий характеризуется:

- ☐ изменением уровня издержек обращения в результате изменения расходов на рекламу;
- ☐ изменением покупательского поведения потребителей
- ☒ числом охвата потребителей, степенью привлечения внимания
- ☐ отношением полученной прибыли от рекламирования к затратам на рекламу;

176 Основным критерием экономической эффективности рекламы являются:

- ☐ повышение узнаваемости марки;
- ☒ прибыль, полученная от дополнительного товарооборота под воздействием рекламы;

- ☐ возросшая известность рекламы
- ☐ яркость и красочность рекламы

177 Который из нижеследующих категорий относится к методам посттестирования?

- ☐ фокус-группы
- ☐ эксперименты по продаже;
- ☐ референтные группы;
- ☒ тесты на запоминание и убедительность

178 Который из нижеследующих категорий относится к методам предтестирования?

- ☐ общественные организации
- ☐ референтные группы;
- ☐ метод подсчета непосредственных откликов
- ☒ фокус-группы,

179 Который из нижеуказанных методов исследует эффективность рекламной кампании после проведения ее основных мероприятий?

- ☐ послетестирование;
- ☐ предтестирование;
- ☐ тестирование;
- ☒ посттестирование;

180 Который из нижеуказанных методов оценивает эффективность отдельных составляющих рекламного обращения до проведения самой кампании?

- ☐ послетестирование;
- ☐ тестирование;
- ☒ предтестирование;
- ☐ посттестирование;

181 Какие из ниже указанных методов могут быть использованы для определения коммуникативной эффективности рекламной кампании?

- ☐ все варианты верные;
- ☐ дотестирование и исследование
- ☐ тестирование и анализ
- ☒ предтестирование и посттестирование

182 Который из нижеуказанных показателей коммуникативной эффективности рекламы движет потребителем, заставляя его осуществлять действия, необходимые рекламодателю, а именно - приобретение его товара?

- ☒ сила воздействия
- ☐ притягательность;
- ☐ распознаваемость;
- ☐ запоминаемость;

183 Который из нижеуказанных показателей коммуникативной эффективности рекламы полностью определяется тем эмоциональным настроением, с которым она создана?

- ☐ запоминаемость;
- ☒ притягательность;
- ☐ сила воздействия
- ☐ распознаваемость

184 Который из нижеуказанных показателей коммуникативной эффективности рекламы позволяет потребителю выбрать тот товар, сведения о котором он лучше запомнил?

- ☐ распознаваемость;
- ☐ сила воздействия
- ☐ притягательность;
- ☒ запоминаемость;

185 Который из нижеуказанных показателей коммуникативной эффективности рекламы позволяет оценить как отдельные элементы рекламного обращения так и всю рекламу в целом?

- ☐ запоминаемость;
- ☒ распознаваемость;
- ☐ вовлечение в потребление, притягательность, оригинальность, сила воздействия
- ☐ сила воздействия

186 Основные показатели коммуникативной эффективности рекламы?

- ☐ распознаваемость, запоминаемость, коммуникабельность, узнаваемость;
- ☐ сила воздействия, запоминаемость, притягательность, оригинальность
- ☒ распознаваемость, запоминаемость, притягательность, сила воздействия.
- ☐ внедрение рекламы, запоминаемость, сила воздействия, оригинальность

187 Кто из нижеследующих рекламистов впервые ввел показатели внедрения рекламы и вовлечения в потребление?

- ☐ Г.Картер;
- ☒ Дж. Ривс
- ☐ Д. Огилви;
- ☐ Ф.Котлер;

188 Который из нижеперечисленных формул является суммой всех рейтингов?

- ☐ OTS;
- ☐ ADL.
- ☐ ADRA;
- ☒ GRP;

189 Который из нижеперечисленных формул является частотой контактов с рекламным обращением?

- ☐ ADL.
- ☐ GRP;
- ☐ ADRA;
- ☒ OTS;

190 Что означает коммуникативная составляющая эффективности рекламы?

- ☒ коммуникативная эффективность рекламы, представляет собой оценку рекламной кампании в её взаимоотношениях с потребителями рекламы
- ☐ коммуникативная эффективность рекламы, определяется профессиональным и творческим потенциалом сотрудников рекламных агентств, создающих рекламу, занимающихся медиапланированием и производством рекламы
- ☐ коммуникативная эффективность рекламы, представляет собой разницу между прибылью, полученной от дополнительного товарооборота и распродажи товара;
- ☐ коммуникативная эффективность рекламы, представляет собой оценку рекламных кампаний полученных от применения рекламного средства;

191 Экономический эффект рекламных мероприятий может быть:

- ☐ активным, положительным, отрицательным



- ☒ положительным, отрицательным, нейтральным;
- ☐ положительным, активным, нейтральным
- ☐ положительный, отрицательный, пассивным

192 Который из нижеперечисленных определений верный?

- ☐ экономический эффект рекламирования – это разница между прибылью, полученной от дополнительного товарооборота и распродажи товара;
- ☐ экономический эффект рекламирования – это разница между прибылью, полученной от дополнительного товарооборота путем сопоставления планируемых и фактических показателей;
- ☐ все варианты не верные.
- ☒ экономический эффект рекламирования – это разница между прибылью, полученной от дополнительного товарооборота, вызванного рекламными мероприятиями и расходами на рекламу;

193 Которые из нижеследующих показателей экономической эффективности применяют при анализе эффективности рекламной кампании?

- ☐ расходы на рекламу, приходящиеся на 1000 потребителей, подвергшихся воздействию всех видов рекламы;
- ☒ все варианты верные
- ☐ отношение прироста прибыли, полученной после рекламной кампании. К сумме рекламных затрат;
- ☐ объем прироста товарооборота за период, прошедший после рекламной кампании;

194 Который из нижеперечисленных составляющих эффективности рекламы определяется соотношением между валовым доходом от дополнительного товарооборота как результата рекламы и расходами на нее?

- ☐ коммуникативная;
- ☐ предпринимательская;
- ☒ экономическая;
- ☐ социальная;

195 Который из нижеперечисленных определений экономической эффективности рекламы верный?

- ☐ это экономический результат, представляющая собой оценку рекламной кампании в ее взаимоотношениях с потребителями рекламы;
- ☒ это экономический результат, полученный от применения рекламного средства или организации рекламной кампании
- ☐ все варианты верные
- ☐ это экономический результат, которая определяется профессиональным и творческим потенциалом сотрудников рекламных агентств, создающих рекламу, занимающихся медиапланированием и производством рекламы;

196 Которые из нижеследующих являются основными составляющими эффективности рекламы?

- ☐ экономическая и общественная
- ☐ предварительная и окончательная;
- ☒ экономическая и коммуникативная;
- ☐ социальная и предпринимательская

197 Рекламная кампания – это:

- ☒ комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающий определённый период времени и направлены на достижение рекламодателем конкретной маркетинговой цели;
- ☐ процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю;
- ☐ фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;
- ☐ планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведение рекламных мероприятий;

198 Проектирование межличностных отношений, в основном носит утилитарный характер. Это составление текстов, документов, договоров и контрактов:

- ☐ Системный дизайн

- ☒ Нон-дизайн;
- ☐ Арт-дизайн;
- ☐ Художественное конструирование;

199 Что из нижеперечисленных является проектированием среды, предметных взаимосвязей?

- ☐ Графический;
- ☐ Инженерный;
- ☐ Арт-дизайн;
- ☒ Межпредметный;

200 Что из нижеследующих относится к дизайну печатной продукции?

- ☐ Арт-дизайн;
- ☒ Графический;
- ☐ Стайлинг.
- ☐ Художественное конструирование

201 Промышленный дизайн, в котором утилитарные и эстетические стороны предмета в равной степени определяют его дизайн:

- ☐ Графический;
- ☐ Арт-дизайн;
- ☒ Художественное конструирование;
- ☐ Нон-дизайн;

202 Который из ниперечисленных относится к дизайну, привязанный к конкретным объектам?

- ☐ Графический;
- ☒ Предметный.
- ☐ Межпредметный;
- ☐ Арт-дизайн

203 Промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями:

- ☐ Межпредметный;
- ☐ Графический;
- ☐ Арт-дизайн;
- ☒ Инженерный;

204 Промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах:

- ☐ Инженерный;
- ☐ Графический;
- ☐ Арт-дизайн
- ☒ Стайлинг.

205 К основным видам дизайна не относится:

- ☐ Графический;
- ☐ Инженерный;
- ☒ Нет правильного ответа.
- ☐ Межпредметный;

206 Для создания качественной рекламы дизайнеру необходимо получить информацию от клиента:

- ☐ о товаре;
- ☒ все варианты верные.

- ☐ о цели и задачи проводимой рекламной кампании;
- ☐ о целевой аудитории;

207 Основными аспектами деятельности дизайнера рекламы является:

- ☐ художественный, аналоговый
- ☐ визуальный, оформительский;
- ☐ все варианты верные
- ☒ аналитический, креативный;

208 Что из нижеперечисленных является процессом разработки и воплощения рекламной идеи в определенную, наиболее эффективную визуальную форму посредством подбора и компоновки различных элементов рекламы?

- ☐ дизайн одежды;
- ☐ дизайн студии;
- ☐ дизайн интерьера;
- ☒ дизайн рекламы;

209 Как называется дизайн печатной продукции?

- ☐ нон-дизайн;
- ☐ арт-дизайн;
- ☐ стайлинг;
- ☒ графический;

210 Как называется промышленный дизайн, в котором утилитарные и эстетические стороны предмета в равной степени определяют его дизайн?

- ☐ нон-дизайн;
- ☐ системный дизайн.
- ☒ художественное конструирование
- ☐ стайлинг;

211 Как называется промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах?

- ☐ инженерный;
- ☐ арт-дизайн;
- ☐ нон-дизайн;
- ☒ стайлинг;

212 Как называется промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями?

- ☒ инженерный;
- ☐ стайлинг;
- ☐ арт-дизайн;
- ☐ нон-дизайн;

213 Что представляет собой системный дизайн?

- ☐ промышленный дизайн, в котором утилитарные и эстетические стороны предмета в равной степени определяют его дизайн;
- ☒ проектирование всех направлений деятельности по созданию и обеспечению функционирования объекта;
- ☐ промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах;
- ☐ промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями;

214 Что означает арт-дизайн?

- ☐ промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями;

- ☐ промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах;
- ☐ промышленный дизайн, в котором утилитарные и эстетические стороны предмета в равной степени определяют его дизайн;
- ☒ дизайн в искусстве, утилитарная сторона либо отсутствует, либо второстепенна;

215 Что означает нон-дизайн?

- ☐ промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах;
- ☒ проектирование межличностных отношений, в основном носит утилитарный характер. Это составление текстов, документов, договоров и контрактов.
- ☐ промышленный дизайн, в котором утилитарные и эстетические стороны предмета в равной степени определяют его дизайн;
- ☐ промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями;

216 Что означает графический дизайн?

- ☐ промышленный дизайн, в котором утилитарные и эстетические стороны предмета в равной степени определяют его дизайн;
- ☐ промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями;
- ☒ дизайн печатной продукции
- ☐ промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах;

217 Что означает художественное конструирование?

- ☐ дизайн печатной продукции
- ☒ промышленный дизайн, в котором утилитарные и эстетические стороны предмета в равной степени определяют его дизайн;
- ☐ промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями
- ☐ промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах;

218 Что означает стайлинг?

- ☐ промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями;
- ☐ дизайн печатной продукции;
- ☐ все варианты верные;
- ☒ промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах

219 Которые из ниже указанных относятся к межпредметному виду дизайна?

- ☐ все варианты верные;
- ☐ промышленный дизайн, в котором акцент делается на оформительских задачах
- ☐ дизайн печатной продукции
- ☒ промышленный дизайн, при котором внешний вид предмета определяется утилитарными функциями;

220 Которые из ниже указанных относятся к предметному виду дизайна?

- ☒ инженерный, стайлинг, художественное конструирование, графический;
- ☐ все варианты верные
- ☐ нон-дизайн, арт-дизайн, системный дизайн;
- ☐ инженерный, стайлинг, арт-дизайн, системный дизайн

221 Которые из нижеперечисленных являются основными видами дизайна?

- ☐ отраслевой и предметный
- ☒ предметный и межпредметный
- ☐ указательный и предметный
- ☐ оформительский и указательный

222 Что означает слово «дизайн» в переводе с английского языка?

- ☐ воображать;

- ☐ рисовать;
- ☐ иллюзировать;
- ☒ проектировать.

223 Что такое дизайн?

- ☐ все варианты верные;
- ☒ это вид деятельности по проектированию, оформлению предметного мира;
- ☐ это вид деятельности по архитектуре;
- ☐ это вид деятельности по рисованию;

224 Что такое системный дизайн?

- ☐ это целенаправленная деятельность по созданию внешней формы любых искусственных объектов;
- ☐ это особый вид творческого проектирования, включающий разработку образного решения, его визуализацию в структуре и композиции рекламы представляющая собой отдельные этапы единого процесса создания эффективного обращения;
- ☒ это особый вид творческого проектирования, включающий в создаваемую модель все факторы, которые в какой-либо степени влияют на процесс разработки и создания объекта, условия его потребления и последующего функционирования;
- ☐ это особый вид творческой деятельности, основная цель которой, функциональная организация внешней среды;

225 Что из нижеперечисленных можно считать одним из первых видов дизайна?

- ☐ системный дизайн
- ☒ промышленный дизайн;
- ☐ арт-дизайн;
- ☐ стайлинг;

226 К какому периоду можно отнести возникновение дизайна как профессиональной индустрии?

- ☐ возникновение дизайна можно отнести к 1910 годам, толчком чему послужило развитие различных направлений беспредметного искусства;
- ☐ к началу 30-х годов XX века, когда дизайн впервые выступает как реальная коммерческая сила;
- ☒ ко второй половине XIX века, когда сформировался ряд необходимых для этого социально-экономических факторов;
- ☐ дизайн возникает с развитием производства, основанного на тиражировании созданного мастером образца. Так, на мануфактурах Древнего Рима рабы копировали созданный художником предмет;

227 Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?

- ☒ потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
- ☐ потребность в товаре (услуге);
- ☐ нужда в конкретном виде продукции;
- ☐ правильного ответа нет.

228 Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

- ☐ правильного ответа нет.
- ☒ превышение предложения над спросом;
- ☐ большое число потребителей;
- ☐ превышение спроса над предложением

229 Что такое потребность?

- ☐ товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;
- ☐ количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
- ☐ правильного ответа нет;
- ☒ нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;

## 230 Что такое частота контактов?

- ☐ это процент индивидов из общего числа потенциальных зрителей или слушателей, которые смотрели или слушали конкретную передачу;
- ☒ число контактов, приходящееся на одного представителя целевой аудитории в течение рекламного периода
- ☐ доля тех, кто в данный момент смотрел телевизор от общего числа имеющих возможность смотреть телевизор;
- ☐ процент реальных зрителей или слушателей, которые в определенный момент времени смотрели или слушали определенную передачу от числа смотревших телевизор (слушавших радио) в данный момент;

## 231 Что такое рейтинг?

- ☐ число индивидов, которые хотя бы раз проконтактировали с рекламным сообщением;
- ☐ процент реальных зрителей или слушателей, которые в определенный момент времени смотрели или слушали определенную передачу от числа смотревших телевизор (слушавших радио) в данный момент;
- ☒ это процент индивидов из общего числа потенциальных зрителей или слушателей, которые смотрели или слушали конкретную передачу;
- ☐ доля тех, кто в данный момент смотрел телевизор от общего числа имеющих возможность смотреть телевизор;

## 232 Как называется территория, на которой существует потенциальная возможность приема телевизионного канала, радиостанции, распространения газет или журналов?

- ☐ частота;
- ☒ технический охват;
- ☐ рейтинг;
- ☐ доля;

## 233 Основными техническими характеристиками медиасредств являются:

- ☐ рейтинг;
- ☐ частота;
- ☐ доля;
- ☒ все варианты верные.

## 234 Что означает стоимость одного общерейтингового пункта?

- ☐ усредненный рейтинг рекламного времени в определенное время суток;
- ☐ доля телеаудитории, умноженная на величину активной аудитории;
- ☐ показывает, сколько раз потребитель видел конкретное рекламное обращение;
- ☒ мера, определяющая эффективность конкретной программы;

## 235 Что означает рейтинг рекламного ролика?

- ☐ доля телеаудитории, умноженная на величину активной аудитории
- ☐ показывает, сколько раз потребитель видел конкретное рекламное обращение;
- ☒ усредненный рейтинг рекламного времени в определенное время суток
- ☐ мера, определяющая эффективность конкретной программы;

## 236 Что означает рейтинг передачи?

- ☐ показывает, сколько раз потребитель видел конкретное рекламное обращение
- ☒ доля телеаудитории, умноженная на величину активной аудитории
- ☐ мера, определяющая эффективность конкретной программы;
- ☐ усредненный рейтинг рекламного времени в определенное время суток

## 237 Что представляет собой частота рекламных контактов?

- ☐ доля телеаудитории, умноженная на величину активной аудитории;
- ☐ усредненный рейтинг рекламного времени в определенное время суток;
- ☐ показатель чистого полезного охвата, умноженный на частоту контакта.

- ☒ показывает, сколько раз потребитель видел конкретное рекламное обращение;

238 Что такое рекламная стратегия?

- ☐ образ действия фирмы, направленный на достижение определенных целей  
☐ фактор, от которых зависит рекламная кампания.  
☐ действия по созданию и размещению рекламы и рекламных мероприятий с целью создания имиджа и привлечения клиентов для реализации продукции;  
☒ общая руководящая линия и установка на достижение конечных целей;

239 В чем заключается сущность рекламной политики?

- ☐ в выборе рекламной тактики;  
☐ в выборе факторов от которых зависит рекламная кампания;  
☐ в выборе рекламной стратегии  
☒ в выборе рекламной стратегии и тактики;

240 Как называется действие по созданию и размещению рекламы и рекламных мероприятий с целью создания имиджа и привлечения клиентов для реализации продукции?

- ☐ рекламная тактика компании  
☐ факторы от которых зависит рекламная кампания;  
☒ рекламная политика компании  
☐ рекламная стратегия компании

241 Как называется число представителей целевой аудитории, вступивших в контакт с конкретным средством рекламы или сочетанием коммуникационных средств в течении определенного отрезка времени?

- ☐ аудитория;  
☐ рейтинг;  
☐ доля;  
☒ охват;

242 Который из ниже перечисленных методов является наиболее эффективным методом определения рекламного бюджета?

- ☒ метод целей и задач;  
☐ метод «проценты от оборота»;  
☐ метод финансовых возможностей фирмы  
☐ метод предыдущего года;

243 От чего зависит продолжительность рекламной кампании?

- ☐ все варианты верные;  
☒ продолжительность рекламной кампании зависит от поставленной цели, особенностей объекта рекламирования, масштабов кампании  
☐ продолжительность рекламной кампании зависит от поставленной цели, наличия финансовых средств, масштабов кампании;  
☐ продолжительность рекламной кампании зависит от поставленной цели, особенностей объекта рекламирования, масштабов фирмы;

244 Какие решения не принимаются при работе над рекламным обращением?

- ☐ использование обращения;  
☐ составление слогана.  
☐ оценка и выбор вариантов обращения  
☒ составление сметы расходов;

245 Что представляет собой планирование средств рекламы?

- ☐ система маркетинговых мероприятий, позволяющих в комплексе учитывать финансовые возможности рекламодателя и основные направления размещения рекламы
- ☒ процесс постановки и решения проблем, который трансформирует задачи маркетинга в ряд стратегических шагов, конечной целью которого является появление рекламного обращения перед целевой аудиторией.
- ☐ составление планов и планов-графиков размещения рекламных сообщений в соответствии с целями предпринятой рекламной кампании;
- ☐ процессы составления моделей распространения, сбыта и поведения конкурентов с целью реализации основных идей рекламной кампании;

246 Что представляет собой бриф?

- ☐ официальный документ, выдаваемый теле- и радиоканалом о количестве, времени и продолжительности выхода в эфир рекламных обращений конкретного рекламодателя;
- ☐ документ, предназначенный для передачи и хранения информации о правилах эксплуатации товаров
- ☒ краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламным агентством;
- ☐ коммерческое предложение лица, намеревающегося заключить договор с одним или несколькими конкретными лицами.

247 Какой документ должен заполнить рекламодатель прежде чем приступить к непосредственной разработке плана рекламной кампании?

- ☐ прайс-лист;
- ☒ бриф.
- ☐ договор;
- ☐ опросник;

248 Какие из нижеперечисленных работ включает ситуационный анализ?

- ☐ анализ внешнего окружения рекламной деятельности;
- ☐ анализ внутренней рекламной среды предприятия
- ☐ анализ внутренней не рекламной среды
- ☒ все варианты верные

249 Которые из ниже следующих являются важным этапом ситуационного анализа?

- ☐ анализ внутренней рекламной среды
- ☐ анализ внешней рекламной среды;
- ☐ изучение рекламной политики конкурентов, анализ рынка.
- ☒ исследования рынка, изучение рекламной политики конкурентов;

250 Медиапланирование – это:

- ☒ определение графика и средств размещения рекламы в соответствии с концепцией рекламной кампании и рекламным бюджетом
- ☐ планирование рекламы органа массовой информации
- ☐ определение эффективности проведенной рекламной кампании на телевидении;
- ☐ определение эффективности проведенной рекламной кампании на радио

251 Медиаисследование – это:

- ☐ результат сопоставления расходов на рекламу с объемом полученной прибыли;
- ☒ изучение оптимальных каналов рекламной коммуникации
- ☐ процесс формирования системы каналов доставки рекламных посланий адресатам рекламной коммуникации;
- ☐ изучение потребительских предпочтений, позиций марок, состояния рекламы;

252 Какой из методов расчета рекламного бюджета ведет к полному игнорированию влияния рекламных мероприятий на сбыт?

- ☐ метод исчисления исходя из целей и задач.
- ☐ исторический метод
- ☐ метод исчисления в процентах к сумме продаж



- ☒ метод исчисления от наличных средств

253 Краткая оригинальная фраза, выражающая основную идею всех сообщений в рамках рекламной кампании – это:

- ☐ адресная информация рекламного характера  
☒ слоган.  
☐ имя бренда;  
☐ любой броский элемент рекламы

254 По основным целям рекламные кампании подразделяются следующим образом:

- ☐ одноканальные, многоканальные;  
☐ местные, региональные, общенациональные, международные  
☒ вводящие, увещательные, напоминающие  
☐ недифференцированные и дифференцированные

255 Что такое рекламный слоган?

- ☐ любой броский элемент рекламы  
☒ рекламный девиз  
☐ главный аргумент рекламного послания  
☐ адресная информация рекламного характера;

256 Рекламная кампания называется целевой, если:

- ☐ рекламодатель использует лишь одно конкретное средство рекламы;  
☐ преследует цель постоянного увеличения, интенсивность рекламного воздействия;  
☒ направлена на определенную группу целевого воздействия;  
☐ не направлена на определенную группу потребителей.

257 Как называется функциональное подразделение рекламной организации, которое при наличии у рекламного агентства собственных мощностей организует изготовление соответствующих видов рекламной продукции?

- ☒ производственная служба;  
☐ административная служба;  
☐ служба исполнения заказов;  
☐ творческая служба;

258 Как называется функциональное подразделение рекламной организации, которое отвечает за созидательную разработку рекламы?

- ☐ производственная служба;  
☒ творческая служба;  
☐ служба исполнения заказов  
☐ административная служба;

259 Как называется функциональное подразделение рекламной организации, которое отвечает за организацию всего комплекса работ по заказу рекламодателя?

- ☐ творческая служба;  
☐ административная служба;  
☐ производственная служба;  
☒ служба исполнения заказов

260 Как называется функциональное подразделение рекламной организации, которое обеспечивает управленческую деятельность, включая работу с кадрами, делопроизводство, бухгалтерию, юридическую службу, компьютерное и техническое обеспечение, хозяйственную службу?

- ☐ производственная служба;
- ☒ административная служба;
- ☐ служба исполнения заказов;
- ☐ творческая служба;

261 Как называется агентство, предоставляющее комплексные услуги в области маркетинговых коммуникаций?

- ☐ ATL-агентство;
- ☐ BTL-агентство;
- ☒ универсальное (полного цикла);
- ☐ комплексное;

262 Что такое баинговое агентство?

- ☐ рекламное агентство, изготавливающее рекламу для зарубежных заказчиков
- ☒ агентство специализирующиеся на закупке рекламного пространства и времени у средств доставки рекламы;
- ☐ агентство интернет-рекламы
- ☐ агентство выполняющие творческие функции по заказу рекламодателя или другого рекламного агентства;

263 Рекламные агентства как участники рекламного процесса выполняют следующие основные функции:

- ☐ Ведут расчеты с рекламодателями и средствами массовой информации;
- ☐ Осуществляют взаимоотношения со средствами массовой информации, размещая в них заказы и контролируя их выполнение;
- ☐ Создают рекламную продукцию на основе полученных от рекламодателей заказов, разрабатывают планы комплексных рекламных кампаний, других рекламных мероприятий, используя потенциал как творческих, так и технических специалистов
- ☒ Все ответы верны.

264 Главная роль в организации рекламного процесса принадлежит:

- ☐ все ответы верны.
- ☐ Рекламодателям и рекламопроизводителям;
- ☐ Рекламораспространителям и рекламным агентствам
- ☒ Рекламодателям и рекламным агентствам

265 Типы субъектов, участвующие в рекламном процессе:

- ☐ Средства массовой информации;
- ☐ Рекламные агентства;
- ☒ все ответы верны.
- ☐ Вспомогательные, которые помогают рекламодателям и рекламным агентствам в подготовке рекламных материалов (фото- и киностудии, типографии и др.);

266 Типы субъектов, не участвующие в рекламном процессе:

- ☐ Средства массовой информации;
- ☒ Рекламораспространители.
- ☐ Рекламодатели;
- ☐ Рекламные агентства;

267 В скольких этапах можно представить решение многоплановых задач, стоящих перед рекламным агентством по созданию рекламного продукта:

- ☐ 1.0
- ☐ 2
- ☐ 4.0
- ☒ 3

268 Юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевещания, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами.

- ☐ Агентство;
- ☐ Рекламодатель;
- ☐ Рекламопроизводитель;
- ☒ Рекламораспространитель;

269 Юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме.

- ☐ Рекламораспространитель;
- ☐ Рекламодатель;
- ☐ Агентство;
- ☒ Рекламопроизводитель;

270 Основные функции рекламодателя:

- ☐ Подготовка и передача исходных материалов рекламному агентству;
- ☐ Определение особенностей рекламирования выбранного объекта (видов рекламы, создаваемых рекламных материалов, необходимого уровня рекламного представления);
- ☒ Все ответы верны.
- ☐ Определение объекта рекламы;

271 В роли рекламодателя может выступать:

- ☐ Банк;
- ☐ Любая торговая или производственная фирма;
- ☐ Инвестиционная компания;
- ☒ Все ответы правильные

272 Юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы.

- ☒ Рекламодатель;
- ☐ Агентство;
- ☐ Рекламопроизводитель;
- ☐ Рекламораспространитель;

273 Рекламораспространитель это:

- ☐ Югентства, осуществляющие исследования, планирование, творческую деятельность, производство рекламных средств, а также услуги нерекламного характера
- ☒ Юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевещания, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами;
- ☐ Юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме;
- ☐ Юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы;

274 Рекламодатель это:

- ☐ Юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевещания, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами;
- ☐ Агентства, осуществляющие исследования, планирование, творческую деятельность, производство рекламных средств, а также услуги нерекламного характера

- ☐ Юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме;
- ☒ Юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы;

275 Рекламопроизводитель это:

- ☐ Агентства, осуществляющие исследования, планирование, творческую деятельность, производство рекламных средств, а также услуги нерекламного характера
- ☒ юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме;
- ☐ юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевидения, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами;
- ☐ Юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы

276 Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по?

- ☐ группам товаров;
- ☐ типам рынков;
- ☒ функциям;
- ☐ географическим регионам;

277 Как называется функциональное подразделение рекламной организации, которое проводит необходимые исследования рынка, изучает возможности использования различных средств распространения рекламы?

- ☐ творческая служба;
- ☒ служба маркетинга
- ☐ служба исполнения заказов;
- ☐ административная служба

278 Которые из нижеперечисленных являются недостатками организации собственной рекламной службы?

- ☐ близость к высшему руководству компании, что обеспечивает более простую и эффективную коммуникацию;
- ☐ знание особенностей компании и продукта;
- ☐ меньшие затраты, если фирма обращается к рекламе постоянно
- ☒ отсутствие большого числа специалистов, специального оборудования и собственной производственной базы;

279 Которые из нижеперечисленных являются преимуществами организации собственной рекламной службы?

- ☐ все варианты верные;
- ☐ подготовка отдельной рекламной кампании занимает больше времени и средств, чем у рекламного агентства.
- ☐ отсутствие большого числа специалистов, специального оборудования и собственной производственной базы;
- ☒ близость к высшему руководству компании, что обеспечивает более простую и эффективную коммуникацию;

280 Какой деятельностью занимается специалисты производственный отдел?

- ☒ изготовлением рекламных носителей и рекламных средств;
- ☐ эффективно ведут хозяйственно-финансовую деятельность
- ☐ проводят рекламную кампанию
- ☐ осуществляют генерирование идей рекламного обращения;

281 В каком из нижеследующих отделов основными работниками должны быть специалисты по разработке анкет, составлению выборок, проведению целенаправленных групповых интервью, статистического анализа и экспериментов?

- ☐ производственный отдел;
- ☒ отдел исследования и развития;
- ☐ отдел исполнения заказов;
- ☐ маркетинговый отдел;

282 В состав, какого из нижеследующих отделов входят руководитель и работники на правах руководителей рабочих групп, именуемых ответственными исполнителями проектов или контакторами?

- ☐ финансовый отдел
- ☐ производственный отдел
- ☐ маркетинговый отдел;
- ☒ отдел исполнения заказов.

283 В каком из нижеследующих отделов объединяются текстовики, художники, специалисты-графики, режиссеры, редакторы и др.?

- ☐ маркетинговый отдел;
- ☒ творческий отдел;
- ☐ производственный отдел;
- ☐ финансовый отдел;

284 Рекламораспространитель - это юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение или распространение рекламной информации

- ☐ в средствах распространения рекламы, определенных рекламодателем;
- ☐ путем продажи и (или) сдачи во временное пользование имущества (технических средств радио-, телевизионного вещания, каналов связи, эфирного времени и др.);
- ☒ путем предоставления и (или) использования имущества (технических средств радио-, телевизионного вещания, каналов связи, эфирного времени и др.);
- ☐ путем оплаты (финансирования) услуг соответствующих средств распространения рекламной информации;

285 Рекламопроизводитель – это юридическое или физическое лицо осуществляющее:

- ☐ финансирование, производство и размещение рекламной информации.
- ☒ полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме;
- ☐ уполномоченный рекламодателем производитель рекламной продукции;
- ☐ полное приведение рекламной продукции к использованию в средствах распространения рекламы

286 Рекламодатель – это юридическое или физическое лицо, являющееся:

- ☐ источником рекламной информации для производства и размещения рекламы;
- ☐ финансирующей стороной производства рекламы;
- ☒ источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы.
- ☐ источником рекламной информации и финансирующей стороной для производства и распространения рекламы;

287 В чем заключается суть «метода Старча»?

- ☐ относительно рекламируемого товара, респондентам задаются вопросы с семантическими дифференциалами, между которыми расположена шкала. Респондент должен отразить своё отношение, поставив точку или крестик в том интервале, который соответствует его мнению;
- ☐ данный метод предполагает использование настоящих рекламных объявлений, из которых изъята марка рекламируемой фирмы или товара. Опрашиваемые должны указать, какая марка пропущена, и описать ассоциации, которые вызывает данное рекламное обращение.
- ☐ данный метод позволяет оценить запоминаемость рекламы по «свежим следам», непосредственно после рекламных контактов
- ☒ метод даёт возможность оценить спровоцированное воспоминание, к которому опрашиваемого подводят в ходе тестирования;

288 Что относится к методам посттестирования?

- ☐ Метод Геллапа-Робинсона;
- ☐ Отзыв без помощи;
- ☒ все варианты верные
- ☐ Метод Старча

289 Контроль, какой сферы может быть направлен на защиту группы потребителей?

- ☐ дискриминация в ценах;
- ☐ барьеры для конкуренции
- ☐ тип рекламы товара;
- ☒ ограждение.

290 Для какой сферы были разработаны инструменты государственного и саморегулирующего контроля?

- ☐ дискриминация в ценах;
- ☐ барьеры для конкуренции
- ☒ тип рекламы товара;
- ☐ содержание рекламы;

291 Что осуществляется на основе результатов статистического контроля?

- ☒ все варианты верные.
- ☐ прогнозирование отдельных видов рекламной деятельности
- ☐ расчёты эффективности рекламных мероприятий;
- ☐ оценка факторов, определяющих эффективность рекламных мероприятий;

292 Что не предполагает контроль глобальных целей и стратегий фирмы?

- ☐ определение долгосрочной политики фирмы
- ☐ формирования образа фирмы
- ☒ определение краткосрочной политики фирмы;
- ☐ определение основной линии поведения фирмы

293 На какой вопрос нужно ответить, исследуя действенность рекламы, стимулирования сбыта, паблик рилейшнз?

- ☐ оптимален ли объем расходов на рекламу?
- ☒ все варианты верные.
- ☐ что думают о рекламе фирмы ее клиенты и общественность?
- ☐ каковы основные цели рекламы?

294 Какие основные уровни рекламной эффективности выделяет известный маркетолог Жан-Жак Ламбен?

- ☐ эффективность на уровне отношения и поведенческая эффективность;
- ☒ эффективность восприятия, эффективность на уровне отношения и поведенческая эффективность
- ☐ эффективность восприятия и эффективность на уровне отношения;
- ☐ эффективность восприятия и поведенческая эффективность

295 Что из ниже перечисленного не относится к внешним факторам, влияющим на эффективность рекламной кампании?

- ☐ изменения поведения потребителей
- ☐ влияние рыночной конъюнктуры;
- ☒ качество рекламной продукции
- ☐ действия конкурентов

296 Что из ниже перечисленного не относится к внутренним факторам, влияющим на эффективность рекламной кампании?

- ☐ эффективность рекламной стратегии
- ☐ обоснованность медиаплана
- ☐ качество рекламной продукции;
- ☒ изменения поведения потребителей

297 В чем заключается суть «метода тайников»?

- ☐ относительно рекламируемого товара, респондентам задаются вопросы с семантическими дифференциалами, между которыми расположена шкала. Респондент должен отразить своё отношение, поставив точку или крестик в том интервале, который соответствует его мнению;
- ☒ данный метод предполагает использование настоящих рекламных объявлений, из которых изъята марка рекламируемой фирмы или товара. Опрашиваемые должны указать, какая марка пропущена, и описать ассоциации, которые вызывает данное рекламное обращение.
- ☐ данный метод позволяет оценить запоминаемость рекламы по «свежим следам», непосредственно после рекламных контактов;
- ☐ метод даёт возможность оценить спровоцированное воспоминание, к которому опрашиваемого подводят в ходе тестирования

298 В чем заключается суть «метода Геллапа-Робинсона»?

- ☐ относительно рекламируемого товара, респондентам задаются вопросы с семантическими дифференциалами, между которыми расположена шкала. Респондент должен отразить своё отношение, поставив точку или крестик в том интервале, который соответствует его мнению;
- ☒ данный метод позволяет оценить запоминаемость рекламы по «свежим следам», непосредственно после рекламных контактов
- ☐ данный метод предполагает использование настоящих рекламных объявлений, из которых изъята марка рекламируемой фирмы или товара. Опрашиваемые должны указать, какая марка пропущена, и описать ассоциации, которые вызывает данное рекламное обращение.
- ☐ метод даёт возможность оценить спровоцированное воспоминание, к которому опрашиваемого подводят в ходе тестирования;

299 В чем заключается суть метода посттестирования «Отзыв без помощи»?

- ☐ данный метод предполагает использование настоящих рекламных объявлений, из которых изъята марка рекламируемой фирмы или товара. Опрашиваемые должны указать, какая марка пропущена, и описать ассоциации, которые вызывает данное рекламное обращение.
- ☒ относительно рекламируемого товара, респондентам задаются вопросы с семантическими дифференциалами, между которыми расположена шкала. Респондент должен отразить своё отношение, поставив точку или крестик в том интервале, который соответствует его мнению;
- ☐ метод даёт возможность оценить спровоцированное воспоминание, к которому опрашиваемого подводят в ходе тестирования;
- ☐ данный метод позволяет оценить запоминаемость рекламы по «свежим следам», непосредственно после рекламных контактов;

300 В чем заключается суть метода посттестирования «Отзыв с помощью»?

- ☐ метод даёт возможность оценить спровоцированное воспоминание, к которому опрашиваемого подводят в ходе тестирования;
- ☒ респондентам показываются определённые рекламоносители, после чего задаются вопросы для определения того, было ли отношение респондента к фирме (рекламируемому товару) сформировано ранее или в результате воздействия рекламы
- ☐ данный метод позволяет оценить запоминаемость рекламы по «свежим следам», непосредственно после рекламных контактов;
- ☐ относительно рекламируемого товара, респондентам задаются вопросы с семантическими дифференциалами, между которыми расположена шкала. Респондент должен отразить своё отношение, поставив точку или крестик в том интервале, который соответствует его мнению;

301 Какие виды контроля можно выделить по типу субъекта контроля?

- ☐ стратегический и тактический контроль;

- ☒ внутрифирменный контроль и внешний контроль
- ☐ предварительный, текущий и итоговый контроль
- ☐ контроль экономической и коммуникативной эффективности рекламы; контроль рекламного бюджета; контроль эффективности средств рекламы и т.д. и т.п.;

302 Какие виды контроля можно выделить в зависимости от объекта контроля?

- ☐ стратегический и тактический контроль;
- ☒ контроль экономической и коммуникативной эффективности рекламы; контроль рекламного бюджета; контроль эффективности средств рекламы и т.д. и т.п.;
- ☐ предварительный, текущий и итоговый контроль
- ☐ внутрифирменный контроль и внешний контроль;

303 Что из нижеперечисленного не относится к целям заключительного (итогового) контроля?

- ☐ формирование мотивационных вознаграждений
- ☒ обеспечение требуемых условий для бесперебойной и качественной работы организации
- ☐ корректировка поведения руководителя
- ☐ корректировка принимаемых решений;

304 Что является недостатком выборочного контроля?

- ☐ для проверки требуется разрушать абсолютно все изделия;
- ☒ связан с риском случайных ошибок
- ☐ требует сравнительно меньше затрат
- ☐ требует высоких затрат;

305 Что из нижеперечисленного не относится к текущему контролю?

- ☐ текущий контроль выполняется непосредственно на стадии хозяйственного процесса;
- ☒ по своему содержанию, текущий контроль – это организационный контроль, задача которого в основном состоит в проверке готовности организации, ее персонала, производственного аппарата, системы управления и пр. к работе;
- ☐ цель текущего контроля – совершенствование деятельности, координация ее для достижения цели;
- ☐ текущий контроль обычно существует в формах стратегического и оперативного;

306 Что из нижеперечисленного относится к предварительному контролю?

- ☐ инструментом проведения служит предтестирование
- ☒ все варианты верные
- ☐ это входной контроль всех видов ресурсов;
- ☐ цель предварительного контроля – обеспечение требуемых условий для бесперебойной и качественной работы организации;

307 Какие виды контроля выделяются в зависимости от времени проведения?

- ☐ стратегический, тактический и итоговый
- ☒ предварительный, текущий и итоговый
- ☐ стратегический, тактический и предварительный
- ☐ стратегический, тактический и текущий

308 Какие виды контроля выделяются по характеру ставящихся перед контролем целей?

- ☐ текущий и итоговый;
- ☒ стратегический и тактический;
- ☐ предварительный и итоговый;
- ☐ предварительный и текущий;

309 Что является специфической целью контроля рекламной деятельности?



- ☐ обеспечение максимальной эффективности рекламы
- ☒ все варианты верные
- ☐ определение эффекта, конкретного результата рекламной деятельности
- ☐ обеспечение соответствия главных направлений рекламной деятельности целям маркетинговой и коммуникационной политики фирмы;

310 Какие основные элементы включает в себя процесс контроля?

- ☐ анализ сложившейся ситуации, выяснение важнейших причин, факторов;
- ☒ все варианты верные.
- ☐ измерение фактически достигнутых результатов, описание сложившейся ситуации
- ☐ установление стандартов

311 Наиболее распространенной формой проведения стратегического контроля маркетинга является:

- ☐ маркетинговая проверка
- ☒ маркетинговая ревизия;
- ☐ маркетинговый мониторинг;
- ☐ финансовая ревизия

312 Которые из нижеперечисленных методов являются основными методами посттестирования?

- ☐ при анализе эффективности расходования денежных средств на осуществление рекламных мероприятий;
- ☒ при достаточно высоких объемах рекламных затрат
- ☐ при достаточно меньших объемах рекламных затрат;
- ☐ при выборе для кампании средств рекламы;

313 Которые из нижеперечисленных методов не относятся к основным методам посттестирования?

- ☐ метод Геллапа-Робинсона
- ☒ метод анализа.
- ☐ отзыв с помощью;
- ☐ метод Старча;

314 В зависимости от объекта контроля выделяют:

- ☐ предварительный и итоговый контроль
- ☒ контроль экономической и коммуникативной эффективности рекламы
- ☐ внутрифирменный и внешний контроль
- ☐ государственный и общественный контроль

315 В зависимости от времени проведения различают:

- ☐ государственный и общественный контроль
- ☒ предварительный, текущий и итоговый контроль
- ☐ внутрифирменный и внешний контроль
- ☐ стратегический и тактический контроль

316 По характеру ставящихся перед контролем целей выделяют:

- ☐ государственный и общественный контроль
- ☒ стратегический и тактический контроль
- ☐ внутрифирменный и внешний контроль;
- ☐ предварительный и итоговый контроль

317 Которые из нижеуказанных целей является специфическими целями контроля рекламной деятельности?

- ☐ обеспечение соответствия главных направлений рекламной деятельности целям маркетинговой и коммуникационной политики фирмы;

- ☒ все варианты верные
- ☐ определение эффективности расходования финансовых средств на рекламу;
- ☐ определение эффекта, конкретного результата рекламной деятельности

318 Который из нижеперечисленных элементов процесса контроля верный?

- ☐ все варианты верные;
- ☒ установление стандартов, анализ сложившейся ситуации;
- ☐ установление внутрифирменных стандартов, анализ рынка;
- ☐ управление подчиненными, координация подчиненных

319 В зависимости от типа субъекта контроля рекламной деятельности выделяют:

- ☐ государственный и общественный контроль.
- ☒ внутрифирменный и внешний контроль
- ☐ контроль выполнения планов, бюджета, эффективности рекламы и др.
- ☐ предварительный, промежуточный и итоговый контроль.

320 Кто из нижеследующих несет ответственность за нарушение законодательства АР «О рекламе» в части оформления, производства и подготовки рекламы?

- ☐ рекламопроизводитель;
- ☒ рекламодатель и рекламопроизводитель
- ☐ рекламодатель;
- ☐ рекламораспространитель;

321 Который, из нижеперечисленных определений рекламного агентства верный?

- ☐ организация координирующая изготовление рекламы на всех этапах, контролирующая качество и сроки работ;
- ☐ юридическое и физическое лицо, осуществляющее размещение или распространение рекламной информации путем предоставления или использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевидения, а также каналов связи, эфирного времени и т.д.;
- ☒ профессиональная организация, являющаяся юридическим лицом, оказывающая комплексные услуги, связанные с производством и распространением рекламы;
- ☐ юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме;

322 Сколько статей включает в себя Международный Кодекс Рекламы?

- ☐ 30.0
- ☒ 15;
- ☐ 20
- ☐ 10.0

323 Когда и где был опубликован Международный Кодекс Рекламы?

- ☐ 1995 г. в Хьюстоне
- ☐ 1990 г. в Москве
- ☐ 1985 г. Венеции
- ☒ 1987 г. В Париже

324 Кто несет ответственность за нарушение настоящего Закона в соответствии с законодательством АР?

- ☐ рекламораспространитель;
- ☐ рекламные агентства
- ☐ рекламопроизводитель;
- ☒ субъекты рекламной деятельности

325 Кто из нижеследующих несет ответственность за нарушение законодательства АР «О рекламе» в части касающейся места, времени и средства распространения рекламы?

- ☐ рекламопроизводитель;
- ☐ рекламоатель;
- ☐ рекламоатель и рекламопроизводитель
- ☒ рекламораспространитель;

326 В пределах скольких процентов годовой стоимости услуг, предоставляемых организациями немассовой информации, рекламораспространители обязаны обеспечить распространение социальной рекламы?

- ☐ 0.02
- ☐ 6%.
- ☒ 5%;
- ☐ 3%;

327 Каким образом распространение рекламы одного и того же товара, а равно распространение рекламы о самом рекламоателе не должно осуществляться на одном и том же канале?

- ☐ более двух раз в течении одного часа при общей продолжительности не более 4 минут;
- ☐ более одного раза в течении одного часа при общей продолжительности не более 2 минут;
- ☐ более одного раза в течении одного часа при общей продолжительности не более 4 минут;
- ☒ более двух раз в течении одного часа при общей продолжительности не более 2 минут;

328 При распространении рекламы в виде наложения кадров либо «бегущей строки», ее площадь не должна быть более:

- ☐ 17%;
- ☐ 20%;
- ☒ 7%;
- ☐ 10%;

329 Прерывание радио- и телепередач в целях рекламы возможно:

- ☐ не более одного раза (до 45 секунд) – в течении 20 минут в образовательных передачах;
- ☐ не более одного раза (до 45 секунд) – в течении 40 минут в образовательных
- ☒ не более одного раза (до 45 секунд) – в течении 15 минут в образовательных передачах;
- ☐ не более одного раза (до 45 секунд) – в течении 30 минут в образовательных передачах;

330 Прерывание радио- и телепередач в целях рекламы возможно:

- ☐ не более двух раз в передачах продолжительностью от 15 минут до 40 минут;
- ☒ не более двух раз в передачах продолжительностью от 15 минут до 60 минут;
- ☐ не более двух раз в передачах продолжительностью от 15 минут до 50 минут;
- ☐ не более двух раз в передачах продолжительностью от 15 минут до 90 минут.

331 На какую из нижеперечисленных видов рекламы не распространяется Закон АР «О Рекламе»?

- ☐ институциональную.
- ☐ некоммерческую;
- ☐ социальную;
- ☒ политическую;

332 Как называется реклама, распространяемая для опровержения ненадлежащей рекламы и ликвидации её последствий?

- ☐ недостоверная;
- ☐ неэтичная;

- ☒ контрреклама;
- ☐ ненадлежащая;

333 Согласно Закону АР «О рекламе» объем рекламы в изданиях, не специализирующихся на рекламе:

- ☐ не должен превышать 30% площади одного номера периодического печатного издания;
- ☐ не должен превышать 30% площади одного номера периодического печатного издания;
- ☐ не должен превышать 50% площади одного номера периодического печатного издания;
- ☒ не должен превышать 40% площади одного номера периодического печатного издания;

334 В соответствии со статьей 12 Закона АР «О рекламе» не допускается прерывать рекламой:

- ☐ развлекательные передачи
- ☐ информационные передачи
- ☐ телевизионные спектакли
- ☒ детские и религиозные передачи.

335 В соответствии с законом АР «О рекламе» распространение рекламы на транспортных средствах осуществляется на основании:

- ☐ личного заявления владельца транспортного средства в органы муниципального управления и договора с его представителями
- ☐ договоров с собственниками транспортных средств или с лицами, обладающими вещными правами на транспортные средства.
- ☒ договоров, заключенных с собственником транспортных средств и по разрешению соответствующего органа исполнительной власти.
- ☐ договоров с лицами, обладающими вещными правами на транспортные средства по согласованию с органами муниципального управления.

336 Основной целью Закона АР «О рекламе» является:

- ☐ проведение протекционистской политики государства в отношении отечественных компаний.
- ☐ пересмотр идей международного кодекса рекламной практики применительно к национальным условиям;
- ☐ обеспечение развития рекламной практики на принципах нравственной и юридической безупречности, регулирование процессов распространения рекламы в средствах массовой информации.
- ☒ защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращения и пересечение ненадлежащей рекламы.

337 Если реклама дискредитирует юридических и физических лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами, то она называется:

- ☐ недостоверной.
- ☐ ненадлежащей.
- ☐ неэтичной;
- ☒ недобросовестной.

338 Если реклама порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние, то она называется:

- ☐ недобросовестной.
- ☐ скрытой.
- ☐ ненадлежащей.
- ☒ неэтичной

339 Согласно Закону АР «О рекламе», скрытая реклама - это:

- ☐ рекламная информация, искусно закамуфлированная в информационных сообщениях нерекламного характера.
- ☒ воздействие на потребителя способами, вызывающими не осознаваемое восприятие путем использования видеовставок (двойной звукозаписи), и других спецэффектов

- ☐ неполное описание качеств товара, таких как состав, способ изготовления и др.
- ☐ реклама, основанная на пробуждении чувства любопытства потенциальных потребителей товара;

340 Если в рекламе присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении ряда характеристик товара, то она называется:

- ☐ скрытой.
- ☒ недостоверной;
- ☐ неэтичной;
- ☐ ненадлежащей;

341 Заведомо ложная реклама – это:

- ☐ реклама, с помощью которой рекламодаделец умышленно вводит потребителя в заблуждение;
- ☒ реклама, которая не умышленно вводит в заблуждение потребителя;
- ☐ реклама, вводящая потребителя в заблуждение с целью получения конкурентных преимуществ.
- ☐ реклама, приводящая недостоверные факты

342 Недобросовестной является реклама, которая, в частности:

- ☐ содержит ложные обещания
- ☒ содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с товарами конкурентов
- ☐ использует имена известных юридических и физических лиц, без их согласия;
- ☐ выполнена на низком качественном уровне;

343 Реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении наличия товара на рынке, возможности его приобретения в указанном объеме, периоде времени и месте, определяется как:

- ☐ неэтичная;
- ☒ недостоверная;
- ☐ недобросовестная;
- ☐ заведомо ложная;

344 При платном справочном, телефонном, компьютерном и ином обслуживании реклама может предоставляться:

- ☐ только, если она не увеличивает стоимость предоставляемых абоненту услуг.
- ☒ только с согласия абонента;
- ☐ только, если она учитывает интересы абонента
- ☐ только на бесплатной основе;

345 В соответствии с законодательством Азербайджанской Республики не допускается:

- ☐ реклама о самом рекламодателе, если осуществляемая им деятельность требует специального разрешения, но такое разрешение не получено, а также реклама товаров, запрещенных к производству и реализации в соответствии с законодательством;
- ☒ реклама товара, производство и реализация которого запрещается законодательством АР;
- ☐ реклама рекламодателя, если его деятельность требует специального разрешения (лицензии), а такое разрешение (лицензия) не получено;
- ☐ реклама, не соответствующая утвержденным законодательством формам и видам;

346 Распространение рекламы табака и табачных изделий во всех случаях:

- ☐ должно сопровождаться предупреждением о вреде курения.
- ☒ запрещено законом;
- ☐ запрещено на транспорте
- ☐ запрещено на радио и телевидении

347 Рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель обязаны:

- ☐ обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, если со дня последнего распространения рекламы прошел период времени превышающий один год.
- ☒ обязаны хранить рекламные материалы или их копии, включая вносимые в них последующие изменения, в течение года со дня последнего распространения рекламы;
- ☐ не обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, если эти материалы использовались в официально зарегистрированных средствах распространения информации
- ☐ обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, в течение шести месяцев со дня последнего распространения рекламы;

348 Каким образом должна осуществляться контрреклама?

- ☐ тех же средств распространения, с использованием не меньших характеристик продолжительности воздействия на потребителя, пространства, места и порядка, что и опровергаемая ненадлежащая реклама.
- ☒ того же средства распространения, и на протяжении тех же характеристик продолжительности и тех же сроков, в которые осуществлялась ненадлежащая реклама
- ☐ того же средства распространения, тех же параметров пространства, места и времени, а также сроков, в которые осуществлялась ненадлежащая реклама;
- ☐ того же средства распространения, с использованием тех же характеристик продолжительности, пространства, места и порядка, что и опровергаемая ненадлежащая реклама;

349 Закон АР «О рекламе» не распространяется:

- ☐ на некоммерческую рекламу.
- ☒ на политическую рекламу
- ☐ на экологическую рекламу;
- ☐ на социальную рекламу;

350 Что из нижеперечисленных является основным государственным юридическим документом, обязательным для исполнения всеми участниками рекламного процесса?

- ☐ Закон АР «О культуре»;
- ☒ Закон АР «О Рекламе»;
- ☐ Закон АР «О защите прав потребителей»;
- ☐ Закон АР «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»;

351 Размер бегущей строки не должен превышать

- ☐ 8% площади кадра;
- ☒ 7% площади кадра;
- ☐ 2% площади кадра;
- ☐ 5% площади кадра

352 Реклама, нарушающая общепринятые нормы гуманности и морали, является:

- ☐ скрытой;
- ☒ неэтичной.
- ☐ заведомо ложной;
- ☐ недобросовестной;

353 Как называется реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения?

- ☐ заведомо ложная;
- ☒ недостоверная;
- ☐ недобросовестная;
- ☐ неэтичная;

354 В радио и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать:

- ☐ 35% объема вещания в течении суток;
- ☒ 25% объема вещания в течении суток;
- ☐ 30% объема вещания в течении суток;
- ☐ 20% объема вещания в течении суток;

355 Информация о ненадлежащей рекламе?

- ☐ недобросовестная;
- ☒ контрреклама;
- ☐ неэтичная;
- ☐ скрытая.

356 Исключительное право на воспроизведение, публикацию и продажу содержания и формы литературного, музыкального или художественного произведения:

- ☐ вензель;
- ☒ авторское право;
- ☐ оферта;
- ☐ табу;

357 Авторское право – это:

- ☐ все варианты верные;
- ☒ исключительное право на воспроизведение, публикацию и продажу содержания и формы литературного, музыкального или художественного произведения;
- ☐ право на осуществление размещения или распространение рекламной информации путем предоставления или использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевидения, а также каналов связи, эфирного времени и т.д.;
- ☐ право действующая на основании чьих-либо поручений;

358 Что из перечисленных не входит в один из типов схем организации маркетинга?

- ☒ мировая.
- ☐ товарная;
- ☐ региональная;
- ☐ сегментная;

359 Что из нижеперечисленных входит в один из типов схем организации маркетинга?

- ☐ мировая;
- ☒ функциональная и сегментная
- ☐ функциональная;
- ☐ сегментная;

360 Специалиста, отвечающего за работу рекламной службы, обычно называют?

- ☐ механиком;
- ☐ фондовым биржевиком
- ☐ маркетологом;
- ☒ менеджером по рекламе

361 Из каких факторов зависит организационная структура рекламной службы фирмы?

- ☐ степень вовлечения руководства фирмы в осуществление рекламной деятельности;
- ☒ все варианты верные
- ☐ место и роль рекламы в комплексе маркетинга и маркетинговой стратегии фирмы;
- ☐ специфические черты целевого рынка и характеристики производимого товара

362 Все работы в рекламной организации, связанные с конкретным заказчиком ведутся одним специалистом. Как называют этого специалиста?

- ☐ трейдер;
- ☐ копирайтер;
- ☒ контактор;
- ☐ финансист;

363 В организационную структуру рекламного агентства входит?

- ☐ служба безопасности;
- ☒ творческая служба
- ☐ инвестиционный фонд;
- ☐ сервисное обслуживание

364 Обычно в организационной структуре выделяют следующие основные функциональные подразделения:

- ☐ творческую службу
- ☐ административную службу;
- ☐ производственную службу;
- ☒ все варианты верные

365 Что из нижеперечисленных является совокупностью органов управления структурных подразделений организации и взаимосвязей между ними?

- ☐ инфраструктура организации
- ☐ административная система;
- ☐ высшее правление
- ☒ организационная структура

366 От чего зависит выбор рекламного агентства?

- ☐ численностью работников рекламного агентства
- ☐ политики агентства
- ☒ перечня оказываемых им рекламных услуг;
- ☐ прибыли агентства

367 Что представляет собой специализированное рекламное агентство?

- ☐ брокерскую фирму;
- ☒ агентство, предоставляющее специализированные услуги в области отдельных видов маркетинговых коммуникаций, создания или размещения рекламы;
- ☐ агентство, предоставляющее комплексные услуги в области маркетинговых коммуникаций;
- ☐ предприятие розничной торговли

368 Полносервисное рекламное агентство – это:

- ☐ организация по оказанию помощи бедным
- ☐ агентство, специализирующееся на одном виде услуг
- ☐ предприятие розничной торговли
- ☒ агентство, предоставляющее комплексные услуги в области маркетинговых коммуникаций

369 Рекламные агентства – это:

- ☐ физические лица предоставляющие клиентам материальные продукты
- ☐ организации и фирмы, которые рекламируют себя, свои товары или услуги;
- ☐ исследовательские компании, фото- и киностудии, художники, типографии и все другие, кто помогает рекламодателям и рекламным агентствам в подготовке рекламных материалов;
- ☒ независимые фирмы, выполняющие по заказу специфические рекламные функции: рекламные исследования, разработку и проведение рекламных кампаний, изготовление и размещение рекламных материалов и т. ;

370 Дайте определение рекламодателям?



- ☐ средства массовой информации (media), предоставляющие место и время для рекламных обращений с целью донесения их до целевой аудитории
- ☐ независимые фирмы, выполняющие по заказу специфические рекламные функции: рекламные исследования, разработку и проведение рекламных кампаний, изготовление и размещение рекламных материалов и т. п.;
- ☐ все варианты верные
- ☒ организации и фирмы, которые рекламируют себя, свои товары или услуги

371 Какие из нижеперечисленных не относятся к важнейшим организационным функциям, которые осуществляют управляющие?

- ☐ разработка бюджета, необходимого для осуществления определенного вида деятельности;
- ☐ делегирование;
- ☒ управление денежным потоком предприятия
- ☐ координация работы;

372 Какие из нижеперечисленных не относятся к важнейшим организационным функциям, которые осуществляют управляющие?

- ☐ делегирование;
- ☐ разработка бюджета, необходимого для осуществления определенного вида деятельности;
- ☐ координация работы;
- ☒ все варианты не верные

373 Какие из нижеперечисленных относятся к важнейшим организационным функциям, которые осуществляют управляющие?

- ☒ все варианты верные
- ☐ распределение работы между подчиненными
- ☐ разработка бюджета, необходимого для осуществления определенного вида деятельности;
- ☐ делегирование;

374 Какие из нижеперечисленных относятся к важнейшим организационным функциям, которые осуществляют управляющие?

- ☐ все варианты не верные
- ☒ руководство подчиненными;
- ☐ управление денежным потоком предприятия
- ☐ ведение бухучёта

375 Которые из нижеуказанных типов схем организации маркетинга верные?

- ☐ региональная;
- ☐ рыночная;
- ☐ товарная;
- ☒ все варианты верные.

376 Который, из нижеперечисленных функций является постоянным и непрерывным процессом определения целей и задач коммуникационной и рекламной политики, оценки их достижения, разработки планов проведения рекламных мероприятий?

- ☐ контроль;
- ☒ планирование;
- ☐ партнерство.
- ☐ администрирование;

377 Какие работы предполагает выполнение функции администрирования?

- ☐ выбор внешних партнеров, обсуждение условий и подготовка контракта с агентством и т.д.;
- ☐ координацию работы рекламного подразделения в рамках маркетинговой службы фирмы, а также с отделами, занимающимися производством, финансированием, кадровой службой и т.д.;

- ☒ руководство и контроль за деятельностью, укомплектование штата, распределение обязанностей и т.д.;
- ☐ определение целей и задач коммуникационной и рекламной политики, оценка их достижения, разработка планов проведения рекламных мероприятий;

378 Который, из нижеперечисленных функций, независимо от их размера выполняются рекламными службами?

- ☐ планирование, координация, маркетинговые исследования, разработка бюджета, контроль
- ☒ администрирование, планирование, координация, взаимодействие с партнерами, разработка бюджета;
- ☐ администрирование, планирование, координация, партнерство, контроль;
- ☐ планирование, организация, мотивация, стимулирование, партнерство, контроль;

379 Кто из нижеследующих специалистов отвечает за работу рекламной службы?

- ☐ креатив-директор;
- ☐ визуализатор
- ☐ арт-директор;
- ☒ менеджером по рекламе;

380 Кто из нижеследующих специалистов рекламного агентства разрабатывает зрительную часть рекламного обращения?

- ☐ арт-директор;
- ☐ копирайтер;
- ☐ креатив-директор;
- ☒ визуализатор

381 Кто из нижеследующих специалистов является ведущим специалистом рекламного агентства, отвечающий за творческую сторону разработки рекламных посланий?

- ☒ креатив-директор;
- ☐ медиабайер;
- ☐ копирайтер;
- ☐ арт-директор;

382 Кто из нижеперечисленных работников является ведущим специалистом агентства, отвечающий за творческую сторону разработки рекламных посланий?

- ☐ наборщик;
- ☒ дизайнер;
- ☐ копирайтер;
- ☐ арт-директор;

383 Кто из нижеперечисленных работников является специалистом рекламного агентства, разрабатывающий текстовые рекламные обращения, слоганы?

- ☐ арт-директор;
- ☐ дизайнер;
- ☐ наборщик;
- ☒ копирайтер;

384 Кто из нижеперечисленных работников является специалистом рекламного агентства, разрабатывающий визуальную часть рекламного обращения?

- ☐ печатник;
- ☒ арт-директор;
- ☐ копирайтер;
- ☐ дизайнер;

385 Сфера рекламного менеджмента представляет собой:

- ☐ систему взаимодействующих рыночных структур, выполняющих роли рекламодателя, рекламопроизводителя или рекламодистрибьютера рекламы;
- ☐ систему взаимодействующих структур, осуществляющих функции создания и распространения рекламы
- ☒ систему взаимодействующих структур, каждая из которых выполняет вполне определенную роль в рекламном процессе;
- ☐ систему взаимодействующих рыночных структур, функционирование которых в той или иной мере связано с рекламным бизнесом;

386 Которые из нижеперечисленных являются субъектами рекламного менеджмента?

- ☐ это те группы людей или отдельные лица, на которых направлены управленческие решения или определяемые ими действия;
- ☒ это люди, которые принимают и реализуют управленческие решения в области рекламы;
- ☐ это рекламодатели, реализующие свои функции самостоятельно, либо с помощью рекламопроизводителей
- ☐ это совокупность рекламных служб и рекламных агентств

387 Которые из нижеперечисленных являются объектами рекламного менеджмента?

- ☐ это люди, которые принимают и реализуют управленческие решения в области рекламы;
- ☐ это совокупность рекламных служб и рекламных агентств;
- ☒ это те группы людей или отдельные лица, на которых направлены управленческие решения или определяемые ими действия;
- ☐ это рекламодатели, реализующие свои функции самостоятельно, либо с помощью рекламопроизводителей.

388 Какие функции реализует творческий отдел рекламной службы?

- ☐ анализа результатов проведения РК или отдельных рекламных акций;
- ☐ исследований особенностей товара, рынка, потребителей, конкурентов
- ☐ стратегического и тактического планирования
- ☒ связанные с созданием, оформлением и редактированием рекламных сообщений;

389 Какие функции выполняет отдел маркетинга рекламной службы?

- ☐ производства, тиражирования различных видов рекламной продукции;
- ☐ связанные с созданием, оформлением и редактированием рекламных сообщений;
- ☐ стратегического и тактического планирования;
- ☒ проведения исследований рынка, потребителей, каналов распространения рекламы, эффективности рекламы и т.д.;

390 Что является основным преимуществом для менеджера по рекламе при наличии разработанного и непрерывно пополняемого электронного банка данных?

- ☐ соответствие профессиональным стандартам
- ☐ стремление добиваться максимальной прибыли
- ☐ продажа рекламируемого товара
- ☒ уверенность в постоянном доступе к самым свежим сведениям;

391 Какие сопоставляющие играют для менеджера по рекламе решающую роль в начале процесса анализа ситуации на рынке?

- ☐ оценка ситуации на рынке с учетом рекламируемого продукта;
- ☐ структура сегмента рынка;
- ☐ определение регионального сегмента с географической точки зрения;
- ☒ заказчик, целевая аудитория, продукт/товар

392 Сочетание каких качеств менеджера по рекламе важны на начальном этапе работы?

- ☐ профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта
- ☐ стратегическое мышление, энтузиазм, смелость;
- ☐ уверенность, энтузиазм, смелость, точность.

- ☒ заинтересованность мнением заказчика, компетентность, точность;

393 Сколько процентов площади газет в Европе и Америке занимает рекламная информация?

- ☐ 40%;  
☐ 60%;  
☐ 50%;  
☒ 80%;

394 Чем в основном представлена наружная реклама в Азербайджане?

- ☐ рекламными растяжками  
☐ рекламными щитами  
☒ Все варианты верные;  
☐ рекламными афишами

395 В какой из перечисленных стран интернет реклама по объемам превышает телевизионную рекламу?

- ☐ Польша;  
☐ Россия;  
☐ Турция;  
☒ Великобритания;

396 Что относится к задачам в сфере Public Relations?

- ☐ задача контррекламы  
☐ задача неявной отстройки от конкурентов  
☐ задача возвышения имиджа;  
☒ все варианты верные

397 Что из нижеперечисленного не относится к факторам, отрицательно влияющим на телерекламу в Азербайджане?

- ☐ в последнее время всё больше зрителей переключаются на кабельное телевидение  
☐ многие люди переключают канал во время рекламы  
☐ в последнее время люди смотрят телевизор все меньше и меньше;  
☒ телереклама обладает высокой интерактивностью

398 Какой год можно назвать серебряным годом отечественной рекламы?

- ☐ 2011.0  
☐ 2009.0  
☐ 2005.0  
☒ 2008;

399 Какой год можно назвать золотым годом отечественной рекламы?

- ☐ 2005;  
☐ 2008;  
☒ 2006;  
☐ 2007;

400 На какой вид рекламы азербайджанские компании тратят 95% рекламного бюджета?

- ☐ интернет рекламу  
☐ печатную рекламу  
☐ наружную рекламу  
☒ рекламу на телевидении и на радио

401 Современные подходы к рекламе частично используют такие дисциплины, как:

- ☐ Экономика;
- ☐ Психология;
- ☒ все перечисленное
- ☐ Социальная психология

402 Сколько процентов дохода должно уходить на рекламу?

- ☐ 20-25%;
- ☐ 2-3%;
- ☐ 5-7%;
- ☒ 10-11%;

403 Какая компания часто посещает международные конференции на рекламную тематику?

- ☒ “Azercell”;
- ☐ «Procter & Gamble»;
- ☐ «Sevimli Dad»;
- ☐ «PalSud»;

404 Что такое “Golden Drum”, “London International Awards”?

- ☐ часто рекламируемый товар
- ☒ конференции, фестивали на рекламную тематику
- ☐ автомобильная марка
- ☐ зарубежный бренд одежды

405 Какая отрасль в настоящее время является самой быстро развивающейся и перспективной в национальном рекламном рынке?

- ☐ радио-реклама
- ☐ наружная реклама
- ☐ телерекламу;
- ☒ интернет-реклама

406 Который из нижеперечисленных

- ☐ Телерекламу;
- ☒ Реклама в прессе
- ☐ Радио-реклама;
- ☐ Наружная реклама;

407 Где установлено наибольшее количество бильбордных реклам в г. Баку?

- ☐ на автобусных остановках
- ☐ рядом со спортивными комплексами;
- ☒ на светофорах и при выходе из метро;
- ☐ недалеко от образовательных учреждений;

408 Почему точный объем рынка рекламы определить сложно?

- ☐ из-за неточных данных комитета статистики
- ☒ из-за наличия скрытых реклам
- ☐ по причине политической нестабильности
- ☐ по причине слишком большого объема рекламы

409 Какая реклама считается самой эффективной?

- ☐ радио-реклама

- ☐ реклама в интернете
- ☐ реклама метрополитена
- ☒ телереклама;

410 Большая часть рекламного бюджета расходуется на:

- ☐ подписание договоров с клиентами
- ☐ зарплату работникам
- ☐ создание рекламы
- ☒ распространение рекламы

411 Сколько процентов рекламного бюджета расходуется на создание рекламы?

- ☒ 20-30%;
- ☐ 70-80%;
- ☐ 5-10%;
- ☐ 90-100%.

412 Начиная с какого года рекламная деятельность занимала достаточно высокий удельный вес в смете расходов наших предприятий?

- ☐ 2009 г.;
- ☒ 2007 г.;
- ☐ 2006 г.;
- ☐ 2008 г.;

413 Самым проблемным средством рекламы в Азербайджане является:

- ☐ радио реклама
- ☐ выставки;
- ☐ наружная реклама
- ☒ реклама в прессе

414 Самым эффективным средством распространения рекламы является:

- ☐ выставки.
- ☒ телевидение;
- ☐ интернет;
- ☐ наружка;

415 Сколько процентов рекламного бюджета расходуется лишь на создание рекламы?

- ☐ 50%.
- ☐ 10-20%;
- ☒ 20-30%;
- ☐ 10-15%;

416 Какой вид рекламы, по сравнению с частичной интерактивностью ТВ и абсолютной интерактивностью интернета является пассивной?

- ☐ радио реклама
- ☒ наружная реклама
- ☐ печатная реклама
- ☐ сувенирная реклама

417 В каком из нижеперечисленных средств массовой информации представлена реклама?

- ☐ газеты;
- ☐ журналы;

- ☒ все варианты верные  
☐ радио;

418 Основными преимуществами электролюминесцентных панелей по сравнению с лайтбоксами являются:

- ☐ яркая подсветка  
☒ все варианты верные  
☐ маленькая толщина  
☐ маленький вес;

419 Что такое EL-указатели (el-sings)?

- ☐ это специальный коврик с нанесенным высококачественным постером  
☒ панель определенной конфигурации  
☐ 100%-ная равномерная подсветка, имеющая от 1 до 3 режимов свечения  
☐ это тонкие и гибкие светодинамические пластиковые листы

420 Что такое EL-панели (el-panels)?

- ☐ это тонкие и гибкие светодинамические пластиковые листы  
☒ 100%-ная равномерная подсветка, имеющая от 1 до 3 режимов свечения;  
☐ панель определенной конфигурации  
☐ это специальный коврик с нанесенным высококачественным постером;

421 Сколько различают видов электролюминесцентных панелей?

- ☐ 4.0  
☒ 2  
☐ 3.0  
☐ 1

422 Что такое электролюминесцентные панели и указатели?

- ☐ это специальный коврик с нанесенным высококачественным постером  
☒ это тонкие и гибкие светодинамические пластиковые листы;  
☐ это порезанная пленка нанесенная на прозрачный акрил при проецировании на нее видеороликов или слайд-шоу;  
☐ это проекционные интерактивные стенды, витрины, полы, барные стойки

423 Что представляют собой Touch-панели?

- ☐ привлекают к себе внимание своей динамичностью, легко меняют ролики или изображения под конкретную акцию или новинки;  
☒ проекционные интерактивные стенды, витрины, полы, барные стойки;  
☐ проецируют изображение или видео с одного проектора на обе стороны  
☐ располагаются в помещении на стенах, под потолком и используются для трансляции рекламы и телепередач;

424 Что представляют собой видеопанели?

- ☐ привлекают к себе внимание своей динамичностью, легко меняют ролики или изображения под конкретную акцию или новинки;  
☒ располагаются в помещении на стенах, под потолком и используются для трансляции рекламы и телепередач;  
☐ проецируют изображение или видео с одного проектора на обе стороны;  
☐ порезанная пленка нанесенная на прозрачный акрил при проецировании на нее видеороликов или слайд-шоу;

425 Что представляют собой видеовитрины?

- ☐ порезанная пленка нанесенная на прозрачный акрил при проецировании на нее видеороликов или слайд-шоу

- ☒ привлекают к себе внимание своей динамичностью, легко меняют ролики или изображения под конкретную акцию или новинки;
- ☐ наклеиваются на стеклянные витрины
- ☐ проецируют изображение или видео с одного проектора на обе стороны;

426 Что представляют собой видеобуквы?

- ☐ прозрачные, пропускающие солнечный свет, работают и при дневном свете;
- ☒ порезанная пленка нанесенная на прозрачный акрил при проецировании на нее видеороликов или слайд-шоу;
- ☐ проецируют изображение или видео с одного проектора на обе стороны
- ☐ наклеиваются на стеклянные витрины

427 Что представляет собой сверх яркие пленки задней проекции?

- ☐ проецируют изображение или видео с одного проектора на обе стороны;
- ☒ наклеиваются на стеклянные витрины
- ☐ порезанная пленка нанесенная на прозрачный акрил при проецировании на нее видеороликов или слайд-шоу;
- ☐ прозрачные, пропускающие солнечный свет, работают и при дневном свете;

428 Что представляют собой двухсторонние экраны?

- ☐ прозрачные, пропускающие солнечный свет, работают и при дневном свете
- ☒ проецируют изображение или видео с одного проектора на обе стороны
- ☐ порезанная пленка нанесенная на прозрачный акрил при проецировании на нее видеороликов или слайд-шоу;
- ☐ наклеиваются на стеклянные витрины

429 Что представляют собой специальные голографические пленки?

- ☐ порезанная пленка нанесенная на прозрачный акрил при проецировании на нее видеороликов или слайд-шоу;
- ☒ прозрачные, пропускающие солнечный свет, работают и при дневном свете;
- ☐ наклеиваются на стеклянные витрины
- ☐ проецируют изображение или видео с одного проектора на обе стороны;

430 Какой из нижеуказанных стандартных размеров бар-раннеров верный?

- ☐ 240x340 мм или 350x720
- ☒ 430x230 мм или 810x210
- ☐ 100x200 мм или 300x500
- ☐ 220x200 мм или 719x300

431 Что представляет собой бар-раннер?

- ☐ акриловую конструкцию толщиной не больше 1 сантиметра, на которую нанесена пленка обратной проекции с особыми характеристиками
- ☒ это специальный коврик с нанесенным высококачественным постером
- ☐ интерактивное устройство, которое создает из мельчайших капель воды плоскую поверхность для демонстрации видеороликов или изображений
- ☐ эффект, который дает возможность просматривать, двигать, масштабировать, поворачивать фотографии;

432 Какие из нижеуказанных являются преимуществами флуоресцентные доски Flash AdBoard?

- ☐ время работы 100000 часов
- ☒ все варианты верные
- ☐ возможность выдирать режим подсветки
- ☐ легко писать информацию

433 Как называется интерактивное устройство, которое создает из мельчайших капель воды плоскую поверхность для демонстрации видеороликов или изображений?

- ☐ флуоресцентные доски Flash AdBoard



- ☒ туман-экран
- ☐ левитирующие рекламоносители
- ☐ волшебное зеркало

434 Который из нижеперечисленных является основным преимуществом технологии «виртуальный промоутер»?

- ☐ не раздражает клиентов излишней информацией
- ☒ все варианты верные
- ☐ вызывает живой интерес посетителей
- ☐ исключает фактор человеческих ошибок;

435 Что представляет собой «виртуальный промоутер»?

- ☐ эффект, который дает возможность просматривать, двигать, масштабировать, поворачивать фотографии
- ☒ акриловую конструкцию толщиной не больше 1 сантиметра, на которую нанесена пленка обратной проекции с особыми характеристиками
- ☐ интерактивное устройство, которое создает из мельчайших капель воды плоскую поверхность для демонстрации видеороликов или изображений
- ☐ проекционная система позволяющая отобразить логотип компании, надпись или постер на полу, стене, потолке или тротуаре;

436 По подсчетам специалистов, сколько процентов инновационных рекламных технологий способно увеличить объем продаж представляемой продукции?

- ☐ 10-15%;
- ☐ 20-30%;
- ☐ 10-20%;
- ☒ 20-45%;

437 Какой вид рекламы в связи с его высокой эффективностью все чаще используется производителями и крупными торговыми комплексами в Европе, Америке, России и некоторых странах СНГ для BTL-акций, а также для увеличения потока потребителей и обеспечения более частных посещений?

- ☐ X3D video
- ☒ Ground FX.
- ☐ Flash AdBoard
- ☐ Just Touch;

438 Который из нижеперечисленных рекламных технологий разработана компанией GestureTek?

- ☐ X3D video
- ☒ Ground FX.
- ☐ Flash AdBoard
- ☐ Just Touch;

439 Который из нижеперечисленных технологий интерактивного взаимодействия работает на базе системы Touch Screen?

- ☐ Ground FX.
- ☒ Just Touch;
- ☐ X3D video
- ☐ Flash AdBoard

440 Который из нижеперечисленных технологий интерактивного взаимодействия появилось в США еще в начале XXI века?

- ☐ X3D video
- ☒ Just Touch

- ☐ Ground FX.
- ☐ Free Format Projection

441 Какой вид рекламы с использованием новейших технологий активно используют в крупных супермаркетах, клубах, развлекательных торговых центрах, такие страны, как Япония, Китай, Франция, Германия и США?

- ☐ Free Format Projection
- ☒ X3D video;
- ☐ Just Touch
- ☐ Flash AdBoard;

442 Главным козырем X3D video, в отличие от простых 3D технологий является:

- ☐ все варианты верные
- ☒ восприятие трехмерных изображений без использования дополнительных средств
- ☐ восприятие трехмерных изображений без использования новейших технологий
- ☐ восприятие трехмерных изображений без использования стандартных технологий;

443 Который из нижеперечисленных новых технологий появилось на российском рынке InDoor рекламы в 2005 г.?

- ☐ Free Format Projection
- ☒ X3D video
- ☐ Ground FX;
- ☐ Just Touch

444 Рекламодатели каких стран совершили в первые революцию, открыв миру инновационную рекламу, по степени эффективности в разы превосходящую ее традиционные способы?

- ☐ США и Германии
- ☒ США и Японии
- ☐ России и Турции
- ☐ Италии и Франции

445 Что такое экстерналичные эффекты?

- ☐ прямые эффекты
- ☒ внешние эффекты
- ☐ косвенные эффекты
- ☐ все варианты не верные

446 Что из нижеперечисленных является отличительной особенностью современных рекламных технологий?

- ☐ все варианты не верные
- ☒ новизна и способность вовлекать зрителя во взаимодействие
- ☐ новшества, которые повышают эффективность рекламных кампаний
- ☐ новшества, которые привлекают потенциальных потребителей

447 Как называются тонкие и гибкие светодинамические пластиковые листы?

- ☐ цифровые постеры
- ☒ электролюминесцентные панели и указатели
- ☐ виртуальный промоутер
- ☐ волшебное зеркало

448 Что такое Touch-панели?

- ☐ электролюминесцентные панели и указатели
- ☒ проекционные интерактивные стенды, витрины, полы и т.д.
- ☐ волшебное зеркало
- ☐ цифровые постеры

449 Как называется конструкция, состоящая из корпуса, внутри которого находится миниатюрная копия товара, которая «парит» и вращается в воздухе, не имея креплений?

- ☐ виртуальный промоутер
- ☒ левитотрон;
- ☐ волшебное зеркало
- ☐ 3D стикеры;

450 Как называется инновационный рекламоноситель, который имеет способность изменять свойства своей поверхности?

- ☐ Ground FX;
- ☒ волшебное зеркало;
- ☐ цифровые постеры
- ☐ виртуальный промоутер

451 Как называется видео-модель, изготовленная с использованием целого ряда инновационных технологий в области рекламы?

- ☐ Ground FX;
- ☒ виртуальный промоутер
- ☐ Just Touch;
- ☐ цифровые постеры

452 Который из нижеперечисленных технологий позволяет потребителю не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие?

- ☐ 3D стикеры;
- ☒ Ground FX;
- ☐ цифровые постеры
- ☐ Just Touch;

453 По утверждению специалистов, сколько процентов потенциальных покупателей обращают внимание на технологию InDoor TV.

- ☐ 100%.
- ☒ более 90%;
- ☐ более 50%;
- ☐ более 70%;

454 Какой вид инновационной рекламы позволяет отслеживать движение рук потребителя и с их помощью управлять функциями меню, расположенного на специальном табло?

- ☐ 3D стикеры;
- ☒ Just Touch
- ☐ виртуальный промоутер
- ☐ Ground FX;

455 Инновации, нововведения – это:

- ☐ комплект документов, определяющих процедуру и комплекс всех необходимых мероприятий по созданию и реализации инновационного продукта или инновационной продукции;
- ☒ вновь созданные или усовершенствованные конкурентоспособные технологии, продукция или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или другого характера, существенно улучшающие структуру и качество производства или социальной сферы;

- ☐ новые конкурентоспособные товары или услуги, соответствующие требованиям, установленным законом
- ☐ результат научно-исследовательской или опытно-конструкторской разработки, соответствующий требованиям, установленным законом;

456 В зависимости от чего рекламовед не выбирает наиболее эффективный метод рекламирования?

- ☐ качества товара
- ☒ территориального расположения
- ☐ потребительских свойств
- ☐ нет правильного ответа

457 Что не относится к аудиовизуальным рекламам?

- ☐ рекламные кинофильмы
- ☒ телезаставки
- ☐ видеофильмы
- ☐ рекламнотехнические фильмы

458 Какой из нижеперечисленных признаков не относится к рекламному объявлению?

- ☐ начинается с крупного рекламного заголовка-слогана
- ☒ заголовок-слоган отражает недостатки коммерческого предложения рекламодателя
- ☐ основная текстовая часть излагает суть рекламного обращения
- ☐ художественное оформление должно соответствовать его содержанию

459 Чем объясняется временное "затишье" в рекламе во Франции XIX века:

- ☐ последствиями Великой французской революции;
- ☒ приходом к власти Наполеона I
- ☐ экономическими причинами;
- ☐ реставрации монархии.

460 Рекламный процесс представляет собой:

- ☐ процесс создания рекламной продукции;
- ☒ совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю;
- ☐ комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
- ☐ комплекс рекламных мероприятий

461 Что характеризует первоначальную рекламу?

- ☐ реклама формирует общественное мнение о ценности предлагаемого товара
- ☒ новизна информации (ознакомление с новым товаром, вхождение в рынок)
- ☐ помещение рекламы на первой полосе газеты
- ☐ новый текст рекламы для известного на рынке товара

462 Наиболее важное требование наружной рекламы

- ☐ часто попадаться на глаза
- ☒ все перечисленное
- ☐ привлекать к себе внимание
- ☐ быть понятной

463 Наружная реклама — это:

- ☐ комплекс мероприятий, направленных на создание хорошего отношения широких слоев общественности к организационному рекламодателю
- ☒ средство воздействия, позволяющее настичь человека не дома и не в конторе, а на улице или во время поездок
- ☐ обращаясь к потенциальному потребителю, прибегать к повелительному наклонению

- ☐ заставить потенциального покупателя купить товар

464 Что является одним из центральных элементов рекламной коммуникации?

- ☐ содержание  
☒ рекламное обращение  
☐ форма  
☐ творческое озарение

465 Рекламная кампания это:

- ☐ фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;  
☒ комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающий определенный период времени и направленные на достижение рекламодателем конкретной маркетинговой цели;  
☐ процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю;  
☐ мероприятия направленные на стимулирование сбыта

466 Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на  
Реклама, представляющая общественные и

- ☐ бизнесреклама;  
☒ социальная реклама;  
☐ имиджевая реклама  
☐ Торговая реклама

467 Кто из участников рекламной деятельности инициирует рекламный процесс:

- ☐ средства распространения рекламы;  
☐ Копирайтер.  
☐ потребитель;  
☒ рекламодатель;

468 Дать трактовку понятию коммуникация

- ☐ совокупность разнообразных и многочисленных рекламоносителей каналов их передачи  
☒ процесс передачи и восприятия информации по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств  
☐ анализ формирования взаимосвязи  
☐ реклама как одна из форм человеческих коммуникаций

469 На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:

- ☐ информирование о местах продажи  
☒ формирование потенциальных потребителей  
☐ стимулирование сбыта  
☐ стабилизация круга покупателей

470 Какие средства распространения рекламы предпочтительнее использовать при рекламировании оборудования:

- ☐ телевидение  
☒ специальные буклеты  
☐ радио  
☐ рекламные ролики

471 Что из нижеперечисленных нельзя отнести к рекламным объявлениям и публикации обзорно-рекламного характера?

- ☐ рекламы;  
☒ фирменные сувениры

- ☐ рекламные обзоры
- ☐ нет правильного ответа

472 Каковы причины формирования системы законодательного регулирования реклам в 19 в.

- ☐ право на исключительное обладание торговой маркой потребовало защиты со стороны государства
- ☒ недобросовестная реклама, непристойная реклама
- ☐ защита потребителей
- ☐ саморегулирование реклам

473 Первые рекламные агентства:

- ☐ конец 18 века
- ☒ вторая половина 19 века
- ☐ начало 18 века
- ☐ первая половина 19 века

474 Проспект – это:

- ☐ Подробное описание предлагаемых товаров, хорошо иллюстрирован
- ☒ Сброшюрочное или переплетенное печатное издание, информирующее о какомлибо конкретном товаре
- ☐ Печатное издание, которое носит ярко выраженный юбилейный или престижный характер
- ☐ Все вышеперечисленные верны

475 На каком из этапов жизненного цикла товаров применяется вводная реклама:

- ☐ этап роста и зрелости товара;
- ☒ этап выведения товара на рынок;
- ☐ этап роста;
- ☐ этап упадка

476 Наиболее важная задача рекламы на начальной стадии рекламирования:

- ☐ поддержать репутацию торговой марки
- ☐ увеличить долю рынка, занимаемую торговой маркой
- ☐ добиться предпочтения торговой марки
- ☒ добиться широкой осведомленности о торговой марке

477 Как называется последовательное применение вводной, утверждающей и напоминающей рекламы?

- ☒ рекламная спираль
- ☐ рекламная пирамида
- ☐ рекламная стратегия
- ☐ рекламная политика

478 Как называется рекламное обращение, окруженное на странице редакционными материалами?

- ☐ информационное письмо
- ☐ медианоситель
- ☒ остров
- ☐ каталогмаркетинг

479 В каком виде рекламы требуется чаще прием повторения?

- ☐ газетная реклама
- ☐ телереклама
- ☒ радиореклама
- ☐ интернет рекламы

480 Как подразделяется радиореклама?

- ☐ на выставках и продажах
- ☒ внемагазинную и внутримагазинную
- ☐ на ярмарках и базарах
- ☐ сельскую городскую

481 Какая рекламная атрибутика является визуальной карточкой предприятия?

- ☐ фирменные каталоги
- ☐ выставочные элементы
- ☐ визуальный образ владельца
- ☒ фирменный стиль

482 Какой показатель размещения рекламы в прессе зависит от престижа издания, формата рекламного объявления, места расположения рубрик и количества использованных цветов?

- ☐ цвет
- ☐ периодичность
- ☐ тираж
- ☒ стоимость

483 Для рекламы промышленной продукции наиболее целесообразно использовать средство рекламы:

- ☐ наружная реклама
- ☐ Интернет реклама
- ☐ телевизионная реклама;
- ☒ выставки;

484 К словам социальнопрестижных потребностей относятся:

- ☐ здоровье, самочувствие, питание, рацион, экологически чистый;
- ☐ предохранять, безопасно, защита, спокойно, снимать тревогу;
- ☒ престиж, признание, компетентность, значимость (личная), карьера
- ☐ защита, спокойствие;

485 К основным компонентам рекламного текста не относится:

- ☐ эхофраза;
- ☐ заголовок, эхофраза.
- ☐ заголовок
- ☒ имя бренда.

486 Рекламная кампания это:

- ☐ фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;
- ☐ Реклама в СМИ
- ☒ комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающий определенный период времени и направлены на достижение рекламодателем конкретной маркетинговой цели.
- ☐ планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведение рекламных мероприятий;

487 Разворот это:

- ☐ одно или несколько связанных между собой рекламных сообщений, размещенных в рамках одного
- ☐ Рекламное объявление на первой странице;
- ☐ размещение рекламного материала на обложке журнала;
- ☒ рекламное объявление, полностью занимающее две солидные полосы;

488 Информация о выставках и ярмарках должна быть:

- ☐ До продавцов
- ☐ доведена только до определенного круга лиц;
- ☒ доведена заранее до максимальной по размеру аудитории;
- ☐ доведена только до узкой "специализированной" аудитории.

489 Какой дополнительный элемент присутствуют в концепции социальноэтичного маркетинга:

- ☐ покупатель;
- ☒ общество;
- ☐ Брокер
- ☐ продавец;

490 Какое средство распространения рекламы имеет личностный характер вплоть до абсолютной конфиденциальности?

- ☐ реклама в прессе;
- ☐ реклама на телевидении
- ☒ прямая почтовая реклама
- ☐ реклама на радио;

491 Реклама, нарушающая общепринятые нормы гуманности и морали, является:

- ☐ недобросовестной рекламой;
- ☒ неэтичной рекламой
- ☐ Увещательной рекламой;
- ☐ недостоверной рекламой;

492 Размер бегущей строки не должен превышать:

- ☐ 12% площади кадра;
- ☐ 10 % площади кадра;
- ☐ 5 % площади кадра;
- ☒ 7 % площади кадра;

493 Экономическая основа рекламной деятельности – это:

- ☐ целевые аудитории
- ☒ товарный рынок
- ☐ развитие банковского дела
- ☐ уровень экономического развития производства

494 Основным критерием экономической эффективности рекламы являются:

- ☐ возросшая известность рекламы;
- ☐ повышение узнаваемости марки
- ☒ прибыль, полученная от дополнительного товарооборота под воздействием рекламы
- ☐ яркость и красочность рекламы;

495 Какая характеристика не может быть выделена как преимущество в рекламе банка:

- ☐ лояльность к клиенту;
- ☒ высокая цена обслуживания
- ☐ профессионализм сотрудников;
- ☐ надежность;

496 Какая реклама реже всего используется туристическими агентствами:

- ☐ Радио реклама
- ☒ телереклама.



- ☐ прямая почтовая рассылка;
- ☐ телефонное общение;

497 Для рекламы промышленной продукции наиболее целесообразно использовать средство рекламы:

- ☐ Радио реклама
- ☒ выставки;
- ☐ наружная реклама
- ☐ телевизионная реклама;

498 Какие основные разновидности рекламных видеороликов можно выделить?

- ☐ зрелищные, динамичные, нарисованные
- ☒ игровые, мультипликационные, комбинированные
- ☐ музыкальные, фантазийные, игровые
- ☐ короткие, средние длинные

499 Какова продолжительность показа рекламной информации ролика?

- ☐ 1 минута
- ☒ 5 минут
- ☐ 3 минуты
- ☐ 60 секунд

500 В чем основное преимущество аудио и аудиовизуальной рекламы?

- ☐ информативность
- ☒ охват больших масс населения
- ☐ музыкальность
- ☐ доступность

501 При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

- ☐ реклама на ТВ;
- ☒ реклама на месте продажи;
- ☐ печатная реклама;
- ☐ реклама в прессе;

502 Целью рекламы является

- ☐ заставить потенциального покупателя купить товар
- ☒ убедить потенциальных покупателей в полезности товара и привести к мысли о необходимости купить его
- ☐ каким бы не было методом уговорить потенциального покупателя приобрести товар
- ☐ обращаясь к потенциальному потребителю, прибегать к повелительному наклонению

503 С появлением чего начинается качественный скачок в развитии рекламы?

- ☐ папируса
- ☒ книгопечатания
- ☐ образовательных учреждений
- ☐ алфавита

504 Экономическая основа рекламной деятельности – это:

- ☐ развитие банковского дела
- ☒ потребность рекламодателя в реализации товара
- ☐ товарный рынок
- ☐ уровень экономического развития производства

505 Активное применение достижений какой науки вывело на новый уровень практику современной рекламы?

- ☐ биологии
- ☒ психологии
- ☐ медицины
- ☐ математики

506 Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей – это:

- ☐ политическая реклама
- ☒ социальная реклама;
- ☐ имиджевая реклама
- ☐ бизнесреклама;

507 Неличный характер рекламы показывает

- ☐ неизвестность почтового адреса рекламодателя
- ☒ обращение с одним предложением к широкой потребительской аудитории
- ☐ невысокий имидж рекламодателя
- ☐ идентификацию имени рекламодателя

508 Государственный контроль за соблюдением законодательства АР о рекламе осуществляет:

- ☐ Министерство юстиции
- ☒ антимонопольный орган и его территориальные органы;
- ☐ Органы внутренних дел
- ☐ Правительство АР;

509 Реклама, нарушающая общепринятые нормы гуманности и морали, является:

- ☐ Напоминающей рекламой
- ☒ неэтичной рекламой.
- ☐ Увещательной рекламой
- ☐ недобросовестной рекламой;

510 Реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения является:

- ☐ неэтичной рекламой.
- ☐ недобросовестной рекламой;
- ☐ Коммерческой рекламой;
- ☒ недостоверной рекламой;

511 Основной задачей увещательной рекламы является:

- ☐ Удержать спрос
- ☒ убеждение покупателя приобрести рекламируемый товар;
- ☐ удержание в памяти потребителей информации о товаре
- ☐ формирование осведомленности и знания о новом товаре;

512 Укажите неверный ответ. Экономическая роль рекламы реализуется в том, что она:

- ☐ способствует популяризации товара и повышению спроса
- ☒ поддерживает конкуренцию, расширяет рынки сбыта;
- ☐ способствует распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности;
- ☐ способствует росту объема капиталовложений и числа рабочих мест;

513 Сущность рекламной деятельности определяется функциями рекламы:

- ☐ обеспечение бесперебойного сбыта производственной продукции;
- ☒ Все ответы верны;
- ☐ воспитание в человеке разумных потребностей;
- ☐ увещательное воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги;

514 Какие решения не принимаются при работе над рекламным обращением:

- ☐ формирование идеи;
- ☒ составление сметы расходов;
- ☐ составление слогана
- ☐ исполнение обращения;

515 Укажите неверный ответ. Радио наиболее подходит для рекламы:

- ☐ услуг
- ☒ промышленной продукции и технологий
- ☐ потребительских товаров;
- ☐ товаров и услуг массового спроса;

516 Какое средство распространения рекламы имеет личностный характер вплоть до абсолютной конфиденциальности?

- ☐ реклама в прессе;
- ☒ прямая почтовая реклама;
- ☐ Наружная реклама
- ☐ реклама на телевидении

517 Укажите неверный ответ. Основным недостатком рекламы в газетах является:

- ☐ низкая стоимость рекламы
- ☒ многочисленность «вторичных читателей»;
- ☐ низкое качество воспроизведения
- ☐ кратковременность существования;

518 Преимуществом распространения рекламы по телевидению является:

- ☐ низкая стоимость рекламы
- ☒ широта потребительской аудитории
- ☐ высокие возможности доведения рекламы
- ☐ её оперативность

519 Критерии выбора рекламных средств :

- ☐ стоимость рекламы, частота показа, устойчивость, степень воздействия
- ☒ Охват,авторитетность ,стоимость,сервисность
- ☐ стоимость рекламы, частота показа, устойчивость
- ☐ время и интенсивность показа, наличие бесполезной аудитории

520 Планирование рекламной деятельности осуществляется в каких этапах?

- ☐ 5.0
- ☒ 4
- ☐ 2.0
- ☐ 6

521 К рекламным передачам не относится:

- ☐ репортажи
- ☒ видео клип

- ☐ викторины
- ☐ шоу

522 Самые распространенные виды телевизионной рекламы:

- ☐ рекламные телерепортажи
- ☒ все перечисленное верно
- ☐ телевизионные рекламные объявления
- ☐ телевизионные рекламные ролики

523 Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера, отдельные элементы которого объединяются коротким конферансом:

- ☐ викторины
- ☒ радиожурнал
- ☐ телезаставка
- ☐ телеролик

524 Что могут представлять собой рекламные передачи?

- ☐ репортажи
- ☒ все перечисленное верно
- ☐ шоу
- ☐ интервью

525 Рекламные фильмы продолжительностью 10-20 минут, рассказывающие не только о продукции, но главным образом о самом предприятии-заказчике это?

- ☐ информационная реклама
- ☒ рекламнотехнические фильмы
- ☐ радиообъявление
- ☐ радиоролик

526 Радиоролик это?

- ☐ рекламные фильмы продолжительностью 10-20 минут
- ☐ радиожурнал
- ☐ рекламная информация, читаемая диктором
- ☒ специально подготовленный постановочный радиосюжет в музыкальном сопровождении излагает информацию

527 Телезаставки – это?

- ☐ специфический вид видеорекламы
- ☒ транслируемые в сопровождении дикторского текста и музыки различные неподвижные рисованные или фотографические рекламные сюжеты
- ☐ рекламные фильмы продолжительностью от 10 до 20 минут
- ☐ телеролик

528 Радиожурнал это?

- ☐ транслируемые в сопровождении дикторского текста
- ☒ тематическая радиопередача информационно-рекламного характера
- ☐ рекламная информация
- ☐ передача информационно-рекламного характера

529 Укажите неверный ответ. Буклеты – это:

- ☐ Многократно сфальцованные изделия
- ☒ Крупноформатное несфальцованное издание, в большинстве случаев с односторонней печатью

- ☐ Издание, которое имеет различные формы
- ☐ Издание, которое изготавливается большими тиражами и рассчитанные на кратковременное использование

530 Рекламный процесс представляет собой:

- ☐ процесс создания рекламной продукции;
- ☒ совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю;
- ☐ комплекс рекламных мероприятий, направленных на какойлибо сегмент рынка;
- ☐ Позиционирование товаров

531 Кто из участников рекламной деятельности инициирует рекламный процесс:

- ☐ потребитель;
- ☒ рекламодатель;
- ☐ средства распространения рекламы;
- ☐ Медиабайер

532 Заказчиком рекламы является:

- ☐ рекламное агентство;
- ☒ рекламодатель
- ☐ медиабайер;
- ☐ маклер

533 По ширине охвата аудитории выделяется реклама:

- ☐ товарная, престижная, реклама идей, личности, территории;
- ☒ локальная, региональная, общенациональная, международная, глобальная;
- ☐ информативная, увещательная, напоминающая;
- ☐ Социальная,политическая,напоминающая

534 Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии вывода нового товара на рынок:

- ☐ увещательная реклама;
- ☒ информативная реклама;
- ☐ напоминающая реклама
- ☐ Региональная

535 Реклама в прессе включает в себя?

- ☐ Различные услуги
- ☒ Различные рекламные материалы опубликованные в периодической печати
- ☐ Различные сырьевые материалы
- ☐ Различные товары

536 Что представляет собой реклама возможностей?

- ☐ Представляет рекламу отдельно взятой страны
- ☒ Реклама. в которой идет речь о предоставляемых фирмой услугах
- ☐ Представляет рекламу отдельно взятого региона
- ☐ Правовая сфера рекламной деятельности: предмет управления

537 В каких странах появились первые признаки рекламы?

- ☐ Испания и Италия
- ☒ Древняя Греция и Рим
- ☐ Китай и Япония
- ☐ Россия

538 Что означает реклама в переводе с латинского?

- ☐ Предлагать и покупать
- ☒ Громко кричать или извещать
- ☐ Продавец и покупатель
- ☐ Товар

539 Где рекламная письменность сочеталась с образцами монументальных надписей?

- ☐ Азии
- ☒ на Востоке
- ☐ Европе
- ☐ Африке

540 Какой древнейший город донёс до нас более 1,5 тысяч различных рекламных объявлений, вполне схожих с современной рекламой?

- ☐ Египет
- ☐ Греция
- ☐ Рим
- ☒ Помпеи

541 Важнейшим средством распространения информации и рекламы в древних государствах мира являлись:

- ☐ продавцы
- ☒ глашатае
- ☐ потребители
- ☐ покупатели

542 Целью рекламы является:

- ☐ каким бы не было методом уговорить потенциального покупателя приобрести товар
- ☐ нет правильного ответа
- ☐ обращаясь к потенциальному потребителю, прибегать к повелительному наклонению
- ☒ убедить потенциальных покупателей в полезности товара и привести к мысли о необходимости купить его

543 Объектом устной рекламы античности являлись:

- ☐ продукты питания
- ☒ рабы
- ☐ строительные материалы
- ☐ ковры

544 В каких древних странах рекламное объявление гравировали на меди и кости?

- ☐ Греции и Египте
- ☒ Греции и Риме
- ☐ Египте и Месопотамии
- ☐ Риме и Месопотамии

545 не является жанром телевизионной рекламы: не является жанром телевизионной рекламы:

- ☐ интервью;
- ☒ баннер;
- ☐ телезаставки;
- ☐ рекламный ролик.

546 При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

- ☐ реклама в транспорте;

- ☒ реклама на месте продаж;
- ☐ компьютерная реклама
- ☐ реклама в прессе;

547 В зависимости от вида рекламных сообщений выделяют следующие формы рекламы в прессе:

- ☐ публикации в общественнополитических изданиях и специальных изданиях
- ☒ рекламные объявления, статьи или иные формы размещения рекламной продукции
- ☐ собственно подготовленные и разработанные с помощью рекламных агентств сообщения
- ☐ региональная и международная

548 Что характеризует рекламу (кроме ее коммуникативных свойств как одну из практических технологий PR)?

- ☐ реклама создает предпосылки появления обратной связи с покупателями, служит индикатором их мнения
- ☒ реклама способствует созданию положительного образа товара, услуги, фирмы
- ☐ служит индикатором их мнения
- ☐ реклама распространяется средствами массовой коммуникации, так же как и материалы PR

549 Каковы недостатки размещения рекламы в газетах?

- ☐ малая информативность
- ☒ кратковременность существования, невысокое качество иллюстраций
- ☐ незначительная аудитория «вторичных» читателей
- ☐ незначительная аудитория «вторичных» читателей

550 Каковы недостатки наружной рекламы?

- ☐ отсутствие избирательности аудитории
- ☒ мимолетность контакта
- ☐ малая информативность
- ☐ краткосрочность существования

551 Каковы преимущества размещения рекламы на TV?

- ☐ популярность телевидения
- ☒ большой охват аудитории
- ☐ комфортные условия для восприятия
- ☐ низкая стоимость

552 Каковы недостатки размещения рекламы на TV?

- ☐ невысокая избирательность аудитории
- ☒ высокая стоимость
- ☐ мимолетность контакта
- ☐ настойчивость

553 Назовите виды рекламы в зависимости от типа целевой аудитории:

- ☐ селективная и массовая;
- ☒ деловая и потребительская;
- ☐ региональная и международная;
- ☐ национальная и местная

554 Государственный контроль за соблюдением законодательства AP о рекламе осуществляет:

- ☐ Торговая палата;
- ☒ Антимонопольный орган и его территориальные органы;
- ☐ Органы внутренних дел.

☐ Арбитраж.

555 Реклама, нарушающая общепринятые нормы гуманности и морали, является:

- ☐ Увещательной рекламой;
- ☒ неэтичной рекламой
- ☐ недобросовестной рекламой;
- ☐ недостоверной рекламой;

556 Рекламная информация, читаемая диктором это?

- ☐ телезаставка
- ☒ телеобъявление
- ☐ радиожурнал
- ☐ телеролик

557 Что относится к рекламным объявлениям и публикациям?

- ☐ Различные статьи
- ☒ Все вышеперечисленное
- ☐ Репортажи
- ☐ Статьи в журналах

558 Что включает в себя реклама в прессе?

- ☐ Различные строительные материалы
- ☐ Буклеты
- ☐ Различные сырьевые материалы
- ☒ Различные рекламные материалы, опубликованные в периодической печати

559 На сколько групп можно подразделить всю гамму печатных рекламных материалов?

- ☐ 4.0
- ☒ 2
- ☐ 6.0
- ☐ 3

560 Что рекламируют рекламнокаталожные изделия?

- ☐ Конкретные виды продукции
- ☒ Конкретные виды товаров,услуг,продукции
- ☐ Конкретные виды услуг
- ☐ Некоторые виды товаров и услуг

561 Какая реклама является эффективным средством преимущественно для рекламы потребительских товаров?

- ☐ Прямая почтовая реклама
- ☒ Наружная реклама
- ☐ Мероприятия «public relations»
- ☐ Выставки и ярмарки

562 Какие из форм (помимо рекламы) не относятся к средствам маркетинговых коммуникаций:

- ☐ прямой маркетинг;
- ☒ медиабаинг;
- ☐ стимулирование сбыта;
- ☐ Копирайтер.

563 Какие из перечисленных маркетинговых концепций отводят рекламе наибольшую роль:



- ☐ концепция совершенствования товаров
- ☒ концепция интенсификации коммерческих усилий.
- ☐ концепция совершенствования производства;
- ☐ Концепция социальноэтического маркетинга.

564 Экономической целью рекламы является:

- ☐ создание положительного имиджа;
- ☒ увеличение сбыта продукции;
- ☐ уклонение от уплаты налогов;
- ☐ создание негативного имиджа конкурентов.

565 Какие из функций присущи рекламе как одному из видов коммуникаций?

- ☐ экономическая;
- ☒ информативная;
- ☐ практическая.
- ☐ Этическая.

566 Самым массовым по охвату потребителей средствами рекламы является?

- ☐ Аудиовизуальная реклама
- ☒ Радио и теле реклама
- ☐ Печатная реклама
- ☐ Почтовая реклама

567 Чем не определяется размеры объявления?

- ☐ Необходимостью его повторения
- ☒ Месторасположение рекламы
- ☐ Величиной рекламных ассигнований
- ☐ Намеченными целями

568 Какие виды периодических изданий не используются для публикации рекламных объявлений и статей обзорнорекламного характера?

- ☐ Газеты
- ☒ Художественные литературы
- ☐ Журналы
- ☐ Путеводители

569 Что играет значительную роль при выборе издания для размещения рекламы?

- ☐ Постоянность
- ☒ Периодичность
- ☐ Поэтапность
- ☐ Одновременность

570 Где не используют печатные рекламные материалы?

- ☐ В ходе деловых встреч
- ☒ В образовательных учреждениях
- ☐ В ходе коммерческих переговоров
- ☐ На различных выставках

571 Какие из нижеперечисленных не относятся к важным требованиям для наружной рекламы?

- ☐ Часто попадаться на глаза
- ☒ Не привлекать к себе внимания

- ☐ Быть краткой
- ☐ Быть понятной

572 Укажите не верное утверждение:

- ☐ наружная реклама является эффективным средством преимущественно для потребительских товаров
- ☒ радиообъявления относятся к телевизионной рекламе
- ☐ одним из распространённых видов рекламы по радио является радиообъявления
- ☐ к фирменным упаковочным материалам относятся коробки для подарков и сувениров

573 Рекламное объявление – это:

- ☐ редакционный материал, написанный в форме обзора о деятельности предприятия
- ☒ платное, размещённое в периодической печати рекламное сообщение
- ☐ платное размещение рекламы, которая несёт только косвенный характер
- ☐ коробки для подарков и сувениров

574 В рекламе каких товаров используется мотив здоровья?

- ☐ продукты для поддержания жизнедеятельности: пищевые, личная гигиена, лекарства, спорт
- ☒ тренажеры, одежда
- ☐ продукты питания
- ☐ мебель

575 Какие качества товара раскрывают утилитарные мотивы?

- ☐ практичность, долговечность, удобство применения
- ☒ возможность повторного использования
- ☐ каждодневная польза в хозяйстве
- ☐ долговечность, удобство применения

576 В каких сферах бизнеса и предпринимательства используется мотив защищенности (модификация страх ?

- ☐ в установке видеофонов
- ☒ в банковском и страховом деле
- ☐ в защитной сигнализации
- ☐ в туризме

577 В чем состоит социальнообщественная и идеологическая функция рекламы?

- ☐ реклама создает заманчивый образ товара
- ☒ реклама способствует унификации определенных социальных ценностей – «эталон» образа жизни, потребления, взглядов и интересов
- ☐ реклама показывает «красивую жизнь», стимулируя людей к покупке имиджевых товаров
- ☐ реклама стимулирует мотивацию

578 В чем состоит мотив экономичности при воздействии рекламы?

- ☐ побуждение к покупке более дешевого товара
- ☒ стремление получить максимум преимуществ товара за низкую цену
- ☐ сэкономить деньги
- ☐ купить товар по дешевке

579 рекламе каких товаров в большей степени проявляется мотив традиции?

- ☐ интерьер, дизайн
- ☒ продукты питания, одежда
- ☐ парфюмерия
- ☐ оборудования.

580 Что преследует размещение стимулирующей рекламы?

- ☐ повышение конкурентоспособности рекламируемого товар путем выделения его из массы аналогов
- ☒ стимулирование спроса рекламируемого товара
- ☐ убеждение покупателя в покупке именно этого товара
- ☐ выделить рекламируемый товар из большого числа аналогов

581 Какие мотивы используют представители рекламы для рекламирования предметов роскоши и раритетов?

- ☐ выделить рекламируемый товар из большого числа аналогов
- ☒ повышение собственной значимости, самореализация
- ☐ вложение капитала
- ☐ чувство собственника редкой вещи

582 В чем состоит основное побудительное воздействие рекламы?

- ☐ выделить рекламируемый товар из большого числа аналогов
- ☒ воздействие на мотивацию потребителя
- ☐ рассказать о преимуществах рекламируемого товара
- ☐ чувство собственника редкой вещи

583 Какова психологическая эффективность воздействия рекламы?

- ☐ конечная эффективность рекламы практически побуждает потребителя к действию
- ☒ реклама внушает необходимые установки, убеждает и эмоционально воздействует на потребителя;
- ☐ реклама привлекает внимание потенциального покупателя
- ☐ реклама стимулирует потребителя

584 ЧТО не относится к видам наружной рекламы?

- ☐ фирменные полиэтиленовые сумки
- ☐ фирменные папки
- ☐ фирменная упаковочная бумага
- ☒ все перечисленное

585 Виды наружной рекламы:

- ☐ рекламные щиты
- ☐ транспаранты
- ☐ световые вывески
- ☒ все перечисленное

586 Укажите не верное утверждение:

- ☐ размер объявления определяется особенностями рекламного обращения
- ☐ рекламные объявления продолжительностью от 1 до 3 мин воспринимается хуже
- ☐ рекламные объявления продолжительностью от 30сек до 1 мин воспринимается легче
- ☒ при оформлении печатной рекламы допускается низкокачественная печать

587 Найдите не верное утверждение:

- ☐ реклама в прессе является одним из самых эффективных средств рекламы
- ☐ издания прессы можно классифицировать по общественнополитические и специализированные
- ☐ рекламные объявления о товарах и продукции целесообразнее публиковать в соответствующих специализированных изданиях
- ☒ в общественнополитических изданиях публикуются рекламные объявления не для широких слоёв населения

588 Ограниченный объем рекламы в российской прессе XVIIIIX вв. был связан:

- ☐ с отсутствием в течение долгого времени частных изданий;
- ☐ с экономическим застоем.
- ☐ с отсутствием потребности в больших объемах объявлений;
- ☒ с запретом государства на печатание объявлений в ряде изданий;

589 В какой жанр рекламы (рекламное средство) преобразовался русский лубок:

- ☐ в рекламную афишу;
- ☒ в рекламный плакат;
- ☐ в печатный "летучий листок"
- ☐ в каталог

590 В какой период истории рекламы наблюдается её "затухание" в Европе:

- ☐ 18 век;
- ☐ 20 век.
- ☐ развитое средневековье;
- ☒ раннее средневековье

591 С какого времени образовался жанр граффити в рекламе:

- ☐ со времен раннего средневековья;
- ☒ со времен античности;
- ☐ со времен позднего средневековья;
- ☐ с 20го века.

592 По интенсивности рекламного воздействия рекламные кампании подразделяются следующим образом:

- ☐ ровные, нарастающие и тотальные;
- ☒ ровные, нарастающие и нисходящие;
- ☐ краткосрочные, специализированные и тотальные;
- ☐ краткосрочные, нарастающие.

593 Рекламодатель это юридическое или физическое лицо, являющееся:

- ☐ источником рекламной информации и финансирующей стороной для производства и распространения рекламы
- ☒ финансирующей стороной производства рекламы;
- ☐ источником рекламной информации для производства и размещения рекламы;
- ☐ источником рекламной информации для производства, размещения, последующего

594 Важнейшим средством распространения информации и рекламы в древних государствах мира являлись:

- ☐ продавцы
- ☒ глашатае
- ☐ потребители
- ☐ покупатели

595 Целью рекламы является:

- ☐ обращаясь к потенциальному потребителю, прибегать к повелительному наклонению
- ☒ убедить потенциальных покупателей в полезности товара и привести к мысли о необходимости купить его
- ☐ каким бы не было методом уговорить потенциального покупателя приобрести товар
- ☐ нет правильного ответа

596 Сколько существует наиболее важных требований для наружной рекламы?

- ☐ 20.0

- ☒ 5  
☐ 15.0  
☐ 10

597 К фирменным упаковочным материалам не относится:

- ☐ фирменные сумки  
☒ афиши  
☐ коробки для подарков  
☐ упаковочная бумага

598 Где могут размещаться рекламные щиты, афиши и транспаранты?

- ☐ на основных транспортных и пешеходных магистралях  
☒ все перечисленное  
☐ на площадях  
☐ дворцов спорта

599 Постоянно действующие экспозиции — это:

- ☐ организуются организацией заказчиком  
☒ часто организуют в административных зданиях предприятий и объединений  
☐ финансируются предпринимателем  
☐ это принудительная продажа товаров на выставке

600 Для чего применяется напоминающая реклама?

- ☐ напоминание о сюжете из фильма  
☒ поддержание стабильного спроса на ранее рекламированный товар, напоминание о присутствии на рынке  
☐ напоминание о сезонной распродаже  
☐ для стимулирования сбыта

601 Каким образом проявляется информационная сущность рекламы?

- ☐ реклама стимулирует в покупателе интерес, побуждая его к покупке даже не всегда необходимых товаров;  
☒ реклама сообщает сведения о товаре, его свойствах, месте продажи, помогая покупателю сориентироваться и найти его ;  
☐ реклама поддерживает стабильность спроса;  
☐ реклама способствует росту товарооборота;

602 По основным целям рекламные кампании подразделяются следующим образом:

- ☐ недифференцированные и дифференцированные;  
☒ вводящие, увещательные, напоминающие;  
☐ местные, региональные, общенациональные, международные;  
☐ международные, региональные.

603 Рекламная кампания называется целевой, если:

- ☐ в результате ее проведения может быть реализована задача существенного увеличения продаж.  
☒ направлена на определенную группу целевого воздействия;  
☐ преследует цель постоянного увеличения, интенсивность рекламного воздействия;  
☐ рекламодатель использует лишь одно конкретное средство рекламы;

604 Основной задачей увещательной рекламы является:

- ☐ формирование осведомленности и знания о новом товаре;  
☒ убеждение покупателя приобрести рекламируемый товар;  
☐ удержание в памяти потребителей информации о товаре;  
☐ поддерживать конкуренцию

605 Укажите неверный ответ. Экономическая роль рекламы реализуется в том, что она:

- ☐ способствует росту объема капиталовложений и числа рабочих мест;
- ☒ способствует распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности
- ☐ поддерживает конкуренцию, расширяет рынки сбыта;
- ☐ является двигателем торговли.

606 Заказчиком рекламы является:

- ☐ медиабайер.
- ☐ рекламное агентство;
- ☐ Маклер.
- ☒ рекламодаделец;

607 Понятие кодирования в рекламной коммуникации

- ☐ носитель информации, эмоционального воздействия, психологической установки коммуникатора на целевую аудиторию
- ☒ процесс предоставления идеи коммуникации, передаваемый адресату информации в виде текстов, символов и образов
- ☐ чрезвычайно важны в процессе формирования рекламного обращения и оценки эффективности её воздействия
- ☐ экспрессивная способность выражать не только смысловую, но и оценочную информацию

608 Сколько основных элементов содержит схема рекламной коммуникации

- ☐ 2.0
- ☒ 10
- ☐ 6.0
- ☐ 5

609 Понятие кодирования в рекламной коммуникации

- ☐ чрезвычайно важны в процессе формирования рекламного обращения и оценки эффективности её воздействия
- ☒ процесс предоставления идеи коммуникации, передаваемый адресату информации в виде текстов, символов и образов
- ☐ носитель информации, эмоционального воздействия, психологической установки коммуникатора на целевую аудиторию
- ☐ прагматическая способность передавать коммуникационную установку, предписывающую определённое воздействие на покупателя

610 Буклет – это:

- ☐ Крупноформатное издание
- ☒ Не сброшюрованное, а многократно сфальцованное издание
- ☐ Малоформатное издание
- ☐ Крупноформатное юбилейное издание

611 На какой стадии жизненного цикла товара используется информативная реклама:

- ☐ на стадии роста
- ☒ на стадии выхода на рынок
- ☐ на стадии возрождения
- ☐ на стадии упадка

612 Реклама в отличие от стимулирования сбыта:

- ☐ направлена на увеличение объёма спроса
- ☒ осуществляется за определённую плату
- ☐ направлена на увеличение объёма потребления

- ☐ используется только на потребительском рынке

613 Скидки с цены, распространение купонов, проведение конкурсов – это приемы:

- ☒ стимулирования сбыта;  
☐ прямого маркетинга;  
☐ Спонсорства

614 Для чего необходимо знать рекламисту науку семиотику

- ☐ изучает отношение между знаками в речевой цепи  
☒ изучает общие свойства знаков строения и функционирование знаковых систем, способных хранить и передавать информацию  
☐ изучает отношение знака и знака, отношение знака и референта  
☐ отношение между знаком и отправителем

615 Какие виды рекламы характерны для раннего периода развития коммерческих коммуникаций в Азербайджане

- ☐ вывески  
☒ прямая продажа и словесная реклама  
☐ ярмарочная торговля  
☐ рекламные агентства

616 Какие тенденции развития экономики привели в конце 19 в. к формированию общенациональной и международной рекламы:

- ☐ развитие сети рекламных агентств  
☒ необходимость самоидентификации, формирование общенациональных и глобальных торговых марок  
☐ развитие рынка продавца  
☐ растущая конкуренция

617 В чём особенности функционирования первых рекламных агентств

- ☐ необходимость проведения общенациональных рекламных кампаний  
☒ на основе определённого издания или с целью оказания услуг по размещении объявлений в прессе  
☐ технический прогресс и изобретение новых технологий  
☐ возникли и сформировались основные средства рекламы

618 Основными целями рекламы, проводимой промышленными предприятиями, являются:

- ☐ поддержание спроса на промышленные товары;  
☒ формирование спроса оптовых и розничных покупателей на новые товары, поддержание спроса, производство которых стабильно, популяризация производственных предприятий, объединений, выпускающих товары народного потребления;  
☐ известить торговлю и потребителей о предлагаемом выпуске товаров;  
☐ подготовить общественное мнение о товаре до его появления на рынке.

619 Какая реклама реже всего используется туристическими агентствами:

- ☐ радиореклама.  
☒ телереклама;  
☐ прямая почтовая рассылка;  
☐ телефонное общение;

620 Для рекламы промышленной продукции наиболее целесообразно использовать средство рекламы:

- ☐ Радио рекламы  
☒ выставки;

- ☐ наружная реклама
- ☐ телевизионная реклама;

621 На каком из этапов жизненного цикла товаров не применяется утверждающая реклама:

- ☐ этап роста и зрелости товара
- ☒ этап выведения товара на рынок;
- ☐ этап упадка
- ☐ этап роста

622 Какие из этих принципов не используются при разработке рекламного текста

- ☒ будьте похожими на других
- ☐ руководствуйтесь здравым смыслом
- ☐ высказывайтесь утвердительно
- ☐ будьте кратки

623 Какой не должна быть реклама на уличных щитах

- ☐ должна привлекать к себе внимание
- ☒ кричащей
- ☐ быть краткой
- ☐ понятной

624 Стадии в цикле рекламирования товара называется:

- ☐ товар, торговая марка, бренд, мегабренд
- ☒ выход на рынок, рост, зрелость, спад (упадок)
- ☐ товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением
- ☐ товар, торговая марка, товарный знак, бренд

625 Корпоративная рекламаэто:

- ☐ социальная реклама
- ☒ реклама фирмы
- ☐ реклама товара промышленного назначения
- ☐ реклама товара широкого потребления

626 Как называется элемент системы контроля рекламной деятельности?

- ☐ рекламное исследование
- ☒ предтестирование
- ☐ ответная реакция
- ☐ анкетирование

627 Как называется специально подготовленный рекламный ролик, представляющий до выхода рекламируемый фильм?

- ☐ листовка информативная
- ☒ пайлот-фильм
- ☐ корректирующее объявление
- ☐ киноролик

628 Как называется печатное объявление в газете, расположенное во всю ширину полосы, обладающая хорошей степенью запоминаемости?

- ☐ подвал
- ☒ лента
- ☐ каук



- ☐ информационный блок

629 Как называется постоянная музыкальная тема, которой пользуются рекламодатели как фоном или как заключительным элементом?

- ☐ звуковая картинка  
☒ музыкальный логотип  
☐ специальная песня  
☐ музыкальная заставка

630 На скольких уровнях можно приобрести радиоэфир?

- ☐ на шести  
☒ на трех  
☐ на двух  
☐ на четырех

631 На сколько частей принято делить сутки радиоэфира?

- ☐ на 8  
☒ на 5  
☐ на 6  
☐ на 3

632 На сколько сюжетных групп делятся рекламные ролики?

- ☐ одну  
☒ три  
☐ две  
☐ четыре

633 Какие средства рекламирования наиболее оперативные и не требуют много времени подготовительных операций?

- ☐ печатная реклама  
☒ реклама по телефону  
☐ рекламные ролики  
☐ радиореклама

634 Как называется иначе цель рекламного исследования, определяющая характеристики аудитории?

- ☐ демографический анализ  
☒ аудиторный разрез  
☐ аудиторметр  
☐ тест определяющий

635 В чем основное преимущество аудио и аудиовизуальной рекламы?

- ☐ музыкальность  
☒ охват больших масс населения  
☐ объективность  
☐ информативность

636 Какой вид рекламы имеет высокие избирательные способности?

- ☐ афиши  
☒ реклама в прессе  
☐ листовки  
☐ реклама в журналах

637 Какая реклама стремится уверить нынешнего покупателя в правильности сделанного ими выбора?

- ☐ Индивидуальная
- ☒ Эмоциональная
- ☐ Комбинированная
- ☐ почтовая

638 Застекленный проем в фасадной части торгового предприятия, в котором обычно выставляется товар, называются:

- ☒ фасадная витрина;
- ☐ торговая витрина
- ☐ демонстрационная витрина;
- ☐ Внешняя витрина

639 Что является одним из центральных элементов рекламной коммуникации?

- ☐ творческое озарение
- ☒ рекламное обращение
- ☐ форма
- ☐ содержание

640 Амплификация – это:

- ☐ слоган.
- ☒ повторение в начале текста мысли, вынесенной в заголовок;
- ☐ синтаксический параллелизм рекламных фраз
- ☐ девиз;

641 Краткая оригинальная фраза, выражающая основную идею всех сообщений в рамках рекламной кампании – это:

- ☐ эхофраза;
- ☐ имя бренда.
- ☐ заголовок,эхофраза.
- ☒ слоган;

642 Термин "уникальное товарное предложение" (УТП) ввел в рекламную практику:

- ☐ Ф.Котлер
- ☒ Р. Ривз;
- ☐ Э. Райс;
- ☐ Ч. Фрейзер;

643 Позиционирование марки это:

- ☐ процесс разбивки рынка на группы потребителей на основе различных признаков;
- ☒ управление мнением потребителя относительно места вашей марки среди; множества различных марок данной или смежной товарной группы;
- ☐ утверждение уникальности марки
- ☐ Сегментирование рынка

644 По основным целям рекламные кампании подразделяются следующим образом:

- ☐ недифференцированные и дифференцированные;
- ☒ вводящие, увещательные, напоминающие;
- ☐ местные, региональные, общенациональные, международные;
- ☐ Региональные,международные

645 Рекламный слоган это:

- ☐ главный аргумент рекламного послания;
- ☒ рекламный девиз;
- ☐ адресная информация рекламного характера;
- ☐ Броский элемент рекламы

646 Спонсорство в основном применяется с целью

- ☐ получить "моральные дивиденды";
- ☒ улучшить свой рекламный образ
- ☐ бескорыстно помочь комулибо;
- ☐ Повышения рейтинга;

647 Логотип – это:

- ☐ зарегистрированный знак в трехмерном измерении.
- ☒ оригинальное начертание наименования фирмы, товарной группы или конкретного товара, производимых данной фирмой;
- ☐ постоянно используемый фирменный девиз;
- ☐ Все ответы не верны;

648 Слухи (молв играют в распространении маркетинговой информации

- ☐ Второстеп
- ☒ большую роль;
- ☐ главную роль
- ☐ никакой роли

649 Какие из форм (помимо рекламы) не относятся к средствам маркетинговых коммуникаций:

- ☐ паблик рилейшнз
- ☒ медиабаинг;
- ☐ прямой маркетинг;
- ☐ стимулирование сбыта;

650 Какими бывают помехи (барьеры, шумы) при коммуникации:

- ☐ информативные.
- ☒ фоновые;
- ☐ негативные.
- ☐ позитивные;

651 Какие из функций присущи рекламе как одному из видов коммуникаций?

- ☐ практическая
- ☒ информативная;
- ☐ Политическая ;
- ☐ Этическая.

652 Какой вид рекламы использует два стандартных вида площадей на рекламных щитах: постеры и рекламные доски?

- ☐ внутренняя реклама
- ☒ уличная реклама
- ☐ национальная реклама
- ☐ местная реклама

653 Скидки с цены, распространение купонов, проведение конкурсов – это приемы:

- ☐ прямого маркетинга;
- ☒ стимулирования сбыта;
- ☐ публичных релейшнз
- ☐ Коммерческой пропаганды

654 Реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения является:

- ☒ недостоверной рекламой;
- ☐ неэтичной рекламой
- ☐ недобросовестной рекламой;
- ☐ Торговой рекламой;

655 В радио – и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать:

- ☐ 45% объема вещания в течение суток
- ☒ 25 % объема вещания в течение суток;
- ☐ 30 % объема вещания в течение суток
- ☐ 40 % объема вещания в течение суток;

656 Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей – это:

- ☐ 15% площади кадра
- ☒ социальная реклама;
- ☐ политическая реклама
- ☐ Торговая реклама.

657 Основной задачей увещательной рекламы является:

- ☐ способствовать популяризации товара;
- ☒ убеждение покупателя приобрести рекламируемый товар;
- ☐ удержание в памяти потребителей информации о товаре;
- ☐ формирование осведомленности и знания о новом товаре;

658 Укажите неверный ответ. Экономическая роль рекламы реализуется в том, что она:

- ☐ способствует популяризации товара и повышению спроса;
- ☒ способствует распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности;
- ☐ способствует росту объема капиталовложений и числа рабочих мест;
- ☐ поддерживает конкуренцию, расширяет рынки сбыта;;

659 Как называется один из приемов исследования в рекламной психологии?

- ☐ сравнительный тест
- ☒ ассоциативный тест
- ☐ психологический тест
- ☐ психологическое исследование

660 Неличный характер рекламы показывает:

- ☐ анонимность готовящего рекламное обращение
- ☒ обращение с одним предложением к широкой потребительской аудитории
- ☐ невысокий имидж рекламодателя
- ☐ идентификацию имени рекламодателя

661 Начало развития рекламной индустрии

- ☐ конец 19 в.

- ☒ середина 18 в.
- ☐ конец 17 в.
- ☐ начало 18 в.

662 Дата утверждения Закона о создании торговой комиссии

- ☐ 1918 г.
- ☒ 1914 г.
- ☐ 1920 г.
- ☐ 1924 г.

663 Синтетические средства маркетинговых коммуникаций

- ☐ стимулирование
- ☒ брендинг, спонсорство, участие в выставках и ярмарках, интегрирование маркетинговых коммуникаций в местах продажи
- ☐ неформальные вербальные маркетинговые коммуникации
- ☐ непрякая форма убеждения, базирующаяся на информационном или эмоциональном описании

664 Что можно отнести к основным средствам маркетинговых коммуникаций

- ☐ незапланированное искажение при вмешательстве в процесс коммуникации факторов внешней среды
- ☒ реклама, прямой маркетинг, публик рилейшнз, стимулирование сбыта
- ☐ система кодирования, ответная реакция, обратная связь
- ☐ отправитель, адресат, система кодирования, барьеры

665 Выбор медиаканалов в первую очередь зависит от ...

- ☐ потенциальных клиентов
- ☒ цели рекламной компании
- ☐ бюджета рекламной компании
- ☐ спонсоров рекламы

666 Основной строительный материал радиопередач?

- ☐ музыка
- ☒ слово
- ☐ звук
- ☐ записи

667 Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям?

- ☐ инновационная
- ☒ мобилизационная
- ☐ развлекательная
- ☐ организационная

668 Рассылки для всех желающих это:

- ☐ Бесплатные рассылки;
- ☒ Открытые рассылки
- ☐ Платные рассылки;
- ☐ Закрытые рассылки

669 Рассылки для людей определенного круга это:

- ☐ Платные рассылки
- ☒ Закрытые рассылки
- ☐ Открытые рассылки

☐ Нет правильного ответа

670 Существующие за счет энтузиазма создателей, спонсорской поддержки, платных рекламодателей это:

- ☒ Бесплатные рассылки
- ☐ Открытые рассылки
- ☐ Платные рассылки
- ☐ Закрытые рассылки;

671 Рассылки бывают:

- ☐ Мягкие;
- ☒ Бесплатные;
- ☐ Грубые.
- ☐ Расширенные;

672 Рассылки не бывают

- ☐ Закрытые;
- ☒ Расширенные.
- ☐ Бесплатные;
- ☐ Платные;

673 Рассылки бывают:

- ☐ Закрытые;
- ☒ Все ответы верны
- ☐ Бесплатные;
- ☐ Платные;

674 К преимуществам e-mail рекламы относится:

- ☐ Интересное, с точки зрения получателя, сообщение может быть распространено среди его коллег и знакомых;
- ☒ все ответы верны
- ☐ Многие западные эксперты сходятся во мнении, что отклик на правильно размещенную рекламу в e-mail выше, чем отклик баннеров, и что самое главное – качество переходов на сайт рекламодателя (больше «правильных» посетителей);
- ☐ Благодаря четкому тематическому делению списков рассылок и дискуссионных листов можно воздействовать именно на интересующую целевую аудиторию

675 К преимуществам e-mail рекламы относится:

- ☐ Электронная почта, появившаяся задолго до разработки WWW, есть практически у всех пользователей Сети
- ☒ Все ответы верны
- ☐ e-mail представляет собой push-технология вещания, работает напрямую и достигает конкретного пользователя
- ☐ Дает возможность персонифицированного обращения

676 Что представляют собой списки рассылки?

- ☐ Представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG, иногда PNG, SWF. Помещается на веб-странице и имеет гиперссылку на сервер фирмы;
- ☒ Они посвящены самым различным тематикам. Ведут их, как правило, люди, хорошо осведомленные в данном вопросе, регулярно рассылая по e-mail очередные выпуски рассылки. Получатели подобных писем собственноручно подписались на список, и у них есть право и возможность в любой момент аннулировать свою подписку.
- ☐ Служит для пересылки информации между адресатами. На этот механизм опираются многие популярные средства вещания в Интернет;

- ☐ Создаются для обмена информацией, обсуждения вопросов по определенной тематике. В отличие от списков рассылки писать в лист могут не только непосредственно его создатели, но и все участники;

677 Что же представляет собой дискуссионные листы?

- ☐ Представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG, иногда PNG, SWF. Помещается на веб-странице и имеет гиперссылку на сервер фирмы;
- ☒ Создаются для обмена информацией, обсуждения вопросов по определенной тематике. В отличие от списков рассылки писать в лист могут не только непосредственно его создатели, но и все участники;
- ☐ Служит для размещения информации о фирме, услугах, которые она оказывает, и товарах, которые реализует. Этот канал распространения информации о товарах и услугах становится таким же важным и незаменимым для производителей, как и другие;
- ☐ Служит для пересылки информации между адресатами. На этот механизм опираются многие популярные средства вещания в Интернет;

678 Что же представляет собой электронная почтовая рассылка?

- ☐ Создаются для обмена информацией, обсуждения вопросов по определенной тематике. В отличие от списков рассылки писать в лист могут не только непосредственно его создатели, но и все участники;
- ☒ Служит для пересылки информации между адресатами. На этот механизм опираются многие популярные средства вещания в Интернет;
- ☐ Служит для размещения информации о фирме, услугах, которые она оказывает, и товарах, которые реализует. Этот канал распространения информации о товарах и услугах становится таким же важным и незаменимым для производителей, как и другие;
- ☐ Представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG, иногда PNG, SWF. Помещается на веб-странице и имеет гиперссылку на сервер фирмы;

679 Что же представляет собой Web-сайт?

- ☐ Создаются для обмена информацией, обсуждения вопросов по определенной тематике. В отличие от списков рассылки писать в лист могут не только непосредственно его создатели, но и все участники;
- ☒ Служит для размещения информации о фирме, услугах, которые она оказывает, и товарах, которые реализует. Этот канал распространения информации о товарах и услугах становится таким же важным и незаменимым для производителей, как и другие;
- ☐ Служит для пересылки информации между адресатами. На этот механизм опираются многие популярные средства вещания в Интернет;
- ☐ Представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG, иногда PNG, SWF. Помещается на веб-странице и имеет гиперссылку на сервер фирмы;

680 Что же представляет собой баннер?

- ☐ Служит для размещения информации о фирме, услугах, которые она оказывает, и товарах, которые реализует. Этот канал распространения информации о товарах и услугах становится таким же важным и незаменимым для производителей, как и другие;
- ☒ Представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG, иногда PNG, SWF. Помещается на веб-странице и имеет гиперссылку на сервер фирмы;
- ☐ Создаются для обмена информацией, обсуждения вопросов по определенной тематике. В отличие от списков рассылки писать в лист могут не только непосредственно его создатели, но и все участники;
- ☐ Служит для пересылки информации между адресатами. На этот механизм опираются многие популярные средства вещания в Интернет;

681 Что из нижеследующих создаётся для обмена информацией, обсуждения вопросов по определенной тематике?

- ☐ Web-сайта;
- ☒ Дискуссионные листы
- ☐ Электронной почты
- ☐ Списки рассылки

682 На механизм ... опираются многие популярные средства вещания в Интернет. Сюда входят дискуссионные листы и индивидуальные почтовые сообщения:

- ☐ Web-сайта;

- ☒ Электронной почты;
- ☐ Списков рассылки;
- ☐ Дискуссионные листы

683 Что служит для пересылки информации между адресатами?

- ☐ Дискуссионные листы
- ☒ Электронная почтовая рассылка
- ☐ Баннер;
- ☐ Списки рассылки

684 Который из нижеперечисленных служит для размещения информации о фирме, услугах, которые она оказывает, и товарах, которые реализует?

- ☐ Дискуссионные листы
- ☒ Web-сайт
- ☐ Списки рассылки
- ☐ Электронная почтовая рассылка

685 Который из нижеперечисленных является самым популярным и эффективным способом наращивания трафика Web-узла? Кроме того, является мощным инструментом имиджевой рекламы.

- ☐ Электронная почтовая рассылка
- ☒ Баннер;
- ☐ Списки рассылки
- ☐ Web-сайт;

686 Который из нижеперечисленных представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG, иногда PNG, SWF? Помещается на веб-странице и имеет гиперссылку на сервер фирмы.

- ☐ Списки рассылки
- ☒ Баннер;
- ☐ Электронная почтовая рассылка
- ☐ Web-сайт;

687 Основными рекламоносителями в Интернете не являются:

- ☐ Web-сайты;
- ☒ Нет правильного ответа.
- ☐ Электронная почтовая рассылка;
- ☐ Списки рассылки;

688 К преимуществам Интернет перед другими медиа относится:

- ☐ Обратная связь с клиентами;
- ☒ Все ответы верны
- ☐ Дистанционная связь со своими сотрудниками и партнерами
- ☐ Имиджевый шаг

689 К преимуществам Интернета перед другими медиа относится:

- ☐ Подробная информация о бизнесе
- ☐ Расширение географической аудитории;
- ☒ Все ответы верны
- ☐ Оперативность;

690 К числу особенностей Интернета относятся:



- ☐ Возможность разбивки клиентов на группы;
- ☒ Все ответы верны
- ☐ Возможность оперативной передачи актуализированной информации
- ☐ Возможность статистического анализа поведения пользователей

691 К числу особенностей Интернета относятся:

- ☐ Оптимальная прозрачность рынка, условия конкурентов можно выяснить в считанные секунды;
- ☐ Активные пользователи, готовые понести определенные издержки;
- ☐ Четко определенные каналы доступа;
- ☒ Все ответы верны

692 Интернет - это:

- ☐ Это эффективный инструмент исследований, развития торговли и бизнеса, воздействия на аудиторию
- ☐ Глобальная компьютерная сеть, охватывающая весь мир, которая оказала и продолжает оказывать очень сильное влияние на формирование и развитие мирового информационного сообщества;
- ☐ Глобальное средство коммуникаций, обеспечивающее обмен текстовой, графической, аудио- и видеоинформацией и доступ к онлайн-услугам без территориальных и национальных границ;
- ☒ Все ответы верны

693 Что такое спам?

- ☐ метод маркетинга, при котором компании рассылают рекламные материалы и образцы своей продукции потенциальным покупателям.
- ☐ это показ текстовых рекламных объявлений или баннеров в поисковых системах, каталогах и других рекламных площадках, привязанный к определенным ключевым словам;
- ☐ самый экономичный способ донести информацию до потребителя;
- ☒ массовая рассылка рекламных объявлений по электронной почте без согласия на то получателей.

694 Что такое e-mail рассылка?

- ☐ это показ текстовых рекламных объявлений или баннеров в поисковых системах, каталогах и других рекламных площадках, привязанный к определенным ключевым словам;
- ☐ тематическая реклама, появляющаяся при посещении человеком того или иного сайта без специальной цели обнаружить информацию о вашем товаре;
- ☒ метод маркетинга, при котором компании рассылают рекламные материалы и образцы своей продукции потенциальным покупателям
- ☐ самый экономичный способ донести информацию до потребителя

695 Что такое банерная реклама?

- ☐ это показ текстовых рекламных объявлений или баннеров в поисковых системах, каталогах и других рекламных площадках, привязанный к определенным ключевым словам;
- ☐ это массовая рассылка рекламных объявлений по электронной почте без согласия на то получателей;
- ☐ самый экономичный способ донести информацию до потребителя
- ☒ это тематическая реклама, появляющаяся при посещении человеком того или иного сайта без специальной цели обнаружить информацию о вашем товаре;

696 Что такое контекстная реклама?

- ☐ самый экономичный способ донести информацию до потребителя
- ☐ это массовая рассылка рекламных объявлений по электронной почте без согласия на то получателей;
- ☒ это показ текстовых рекламных объявлений или баннеров в поисковых системах, каталогах и других рекламных площадках, привязанный к определенным ключевым словам;
- ☐ тематическая реклама, появляющаяся при посещении человеком того или иного сайта без специальной цели обнаружить информацию о вашем товаре;

697 Затраты на рекламу в Интернет (по сравнению с затратами на телевизионную рекламу):

- ☐ полностью определяются выбором видов Интернет-рекламы;
- ☒ значительно ниже, а иногда могут вообще отсутствовать;

- ☐ значительно выше и доступны лишь немногим рекламодателям;
- ☐ примерно одного порядка

698 Что означает таргетинг?

- ☐ узконаправленная реклама, показ рекламных баннеров в соответствии с темой поиска информации, ориентированный на целевую аудиторию;
- ☐ отбор адресов рассылки по электронной почте в соответствии с основными параметрами выбранной группы целевого воздействия;
- ☐ узконаправленное рекламное сообщение в Интернет, предназначенное для небольшой группы пользователей
- ☒ рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей.

699 Которые из нижеперечисленных видов баннера верные?

- ☐ всплывающие, стандартные, прямые;
- ☐ стандартные, всплывающие, по клику;
- ☐ прямые, динамические, всплывающие
- ☒ статические, динамические, по клику;

700 Сколько видов у баннера?

- ☐ 1.0
- ☐ 2
- ☐ 5.0
- ☒ 3

701 Что такое баннер?

- ☐ рекламный плакат на витринах, в проходах между стеллажами или на стенах торгового зала;
- ☐ элемент компьютеризированной рекламы, представляющий собой рекламную страницу на Web-сервере
- ☐ рекламный флажок с изображением логотипа фирмы, чаще всего используемый в качестве сувенира
- ☒ небольшое по размерам графическое рекламное изображение, расположенное в верхней или нижней части страницы в Интернет и имеющее гиперссылку на определенный сервер;