

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 15.06.2026 12:04:41
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Диагностическое тестирование

Приложение к рабочей программе по дисциплине

Реклама и PR в медиакоммуникации

3 курс, 5,6 семестр

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

Сургут, 2026 г.

Тестовое задание для диагностического тестирования
3 курс, 5 семестр

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ОПК-4.1; ОПК-4.2	1. Выберите одно из определений рекламы, наиболее полно отражающее её суть с точки зрения маркетинговых коммуникаций:	а) реклама – неперсонифицированная передача информации, обычно оплачиваемая и обычно имеющая характер убеждения, о продукции, услугах или идеях известными рекламодателями посредством различных носителей б) реклама – это искусство продавать товары в) реклама – это информация, распространяемая любым способом г) реклама – это тип коммуникации, ориентированный на привлечение внимания	Низкий уровень
	2. Как называется реклама, направленная на формирование долгосрочного положительного образа организации?	а) товарная реклама б) имиджевая реклама в) социальная реклама г) стимулирующая реклама	Низкий уровень
	3. Заглавные буквы, слова или символы, обозначающие конкретное изделие или ряд изделий единого происхождения, носят название:	а) торговый знак б) торговая марка в) бренд г) логотип	Низкий уровень
	4. Изображение человека, животного или любой другой символ, принятый для обозначения организации или рода ее деятельности называют:	а) фирменная символика б) торговое наименование в) фирменная маркировка г) знак сертификации	Низкий уровень
	5. Какая функция рекламы заключается в формировании предпочтения к товару и побуждении к покупке?	а) информационная б) экономическая в) стимулирующая г) социальная	Низкий уровень
	6. Вставьте пропущенное слово: «На стадии _____ жизненного цикла товара используется информирующая реклама».	а) зрелости б) спада в) выведения на рынок г) роста	Средний уровень
	7. Как называется исторический период развития рекламы, предшествовавший появлению печатного станка?	а) классическая реклама б) протореклама в) индустриальная реклама г) цифровая реклама	Средний уровень
	8. Расположите этапы процесса принятия решения потребителем в правильном порядке (от начала к концу):	а) осознание потребности б) сбор информации в) оценка г) предпочтение д) намерение	Средний уровень
	9. Установите соответствие между целью рекламы и её видом:	Цели: 1) информирование	Средний уровень

	2) убеждение 3) напоминание. Виды: А) напоминающая реклама Б) информирующая реклама В) убеждающая реклама.	
10. Выберите верные утверждения о политической рекламе.	а) политическая реклама всегда оплачивается из государственного бюджета б) целью политической рекламы является формирование электорального поведения в) политическая реклама регулируется специальным законодательством г) политическая реклама не использует эмоциональные методы воздействия д) политическая реклама может быть частью избирательной кампании	Средний уровень
11. Вставьте пропущенное слово: «Основная цель социальной рекламы – изменение _____ поведения аудитории в интересах общества».	а) потребительского б) социального в) электорального г) культурного	Средний уровень
12. Состояние рынка, при котором большая часть потребителей недолюбливает товар или услугу и готова понести определенные издержки (финансовые, временные, психологические), лишь бы избежать их приобретения, носит название:	а) падающего спроса б) отрицательного спроса в) чрезмерного спроса г) отсутствующего спроса	Средний уровень
13. Какая концепция Ф. Котлера утверждает, что потребители предпочитают широко доступные и недорогие товары.	а) концепция совершенствования производства б) концепция совершенствования товара в) концепция интенсификации коммерческих усилий г) концепция маркетинга	Средний уровень
14. Выберите характеристики, присущие только социальной рекламе (оценивание «Всё или ничего»):	а) оплачивается коммерческим спонсором б) преследует некоммерческие цели в) направлена на изменение общественно значимого поведения г) всегда содержит призыв голосовать за кандидата д) может распространяться бесплатно	Средний уровень
15. Установите соответствие между стадией жизненного цикла товара и преобладающим видом рекламы:	Стадии: 1) вывод на рынок 2) рост 3) зрелость 4) спад Виды рекламы:	Средний уровень

		<p>А) напоминающая Б) информирующая В) убеждающая</p>	
16. Установите соответствие между инструментом и его типом:	<p>Инструменты: 1) купон на скидку 2) телевизионный ролик 3) конкурс для покупателей 4) билборд</p> <p>Типы: А) реклама Б) стимулирование сбыта</p>	Высокий уровень	
17. Какие факторы относятся к внешним факторам влияния на поведение потребителя? (Выберите несколько)	<p>а) культура б) социальный класс в) возраст и пол г) референтные группы д) личностные мотивы е) уровень дохода (как индивидуальный)</p>	Высокий уровень	
18. Укажите экономические предпосылки возникновения рекламного бизнеса (несколько вариантов):	<p>а) переход от натурального хозяйства к товарному б) развитие средств массовой информации в) рост конкуренции г) изобретение книгопечатания д) появление интернета е) монополизация рынков</p>	Высокий уровень	
19. Установите соответствие между типом эффекта и его содержанием:	<p>Типы эффекта: 1) экономический 2) социально-экономический 3) социальный.</p> <p>Содержание: А) изменение общественных ценностей и поведения Б) увеличение прибыли и продаж; В) улучшение качества жизни, создание рабочих мест</p>	Высокий уровень	
20. Какие особенности характерны для рекламы в цифровой среде? (Выберите несколько)	<p>а) возможность точного таргетинга б) интерактивность в) обязательная длительность 30 секунд г) измеряемость результатов в реальном времени д) высокая стоимость производства е) охват только локальной аудитории</p>	Высокий уровень	

**Тестовое задание для диагностического тестирования
3 курс, 6 семестр**

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ОПК-4.1; ОПК-4.2	1. Вставьте пропущенное слово: «_____ предпосылки возникновения PR связаны с развитием демократических институтов и необходимостью диалога между властью и обществом».	а) экономические б) политические в) социальные г) технологические	Низкий уровень
	2. Какая из перечисленных задач НЕ относится к деятельности специалиста по связям с общественностью?	а) организация пресс-конференций б) мониторинг СМИ в) бухгалтерский учёт предприятия г) кризисные коммуникации	Низкий уровень
	3. Вставьте пропущенное слово: «В отличие от рекламы, PR-деятельность часто характеризуется _____ оплатой за размещение материалов».	а) высокой б) прямой в) не прямой (опосредованной) г) фиксированной	Низкий уровень
	4. Какая предпосылка возникновения PR связана с развитием профсоюзов и рабочих движений?	а) политическая б) экономическая в) социальная г) технологическая	Низкий уровень
	5. Вставьте пропущенное слово: «Модель PR, основанная на использовании исследований для убеждения общественности в выгоды позиции организации, называется _____ двухсторонней моделью».	а) симметричной б) асимметричной в) линейной г) циклической	Низкий уровень
	6. Установите соответствие между методом исследования и его описанием:	Методы: 1) опрос 2) фокус-группа 3) контент-анализ 4) эксперимент Описания: А) групповое интервью под руководством модератора Б) количественный анализ содержания текстов В) сбор первичной информации с помощью анкеты Г) исследование причинно-следственных связей в контролируемых условиях	Средний уровень
	7. Вставьте пропущенное слово: «Первым _____ этапом социологического исследования является _____ проблемы и _____».	а) эмпирическое измерение б) формулирование в) интерпретация г) поиск	Средний уровень

постановка целей».		
8. Выберите верные утверждения о политической рекламе.	а) политическая реклама всегда оплачивается из государственного бюджета б) целью политической рекламы является формирование электорального поведения в) политическая реклама регулируется специальным законодательством г) политическая реклама не использует эмоциональные методы воздействия д) политическая реклама может быть частью избирательной кампании	Средний уровень
9. Какая модель PR предполагает использование исследований для обратной связи и взаимовыгодного диалога с общественностью?	а) модель пресс-агентства б) модель общественной информации в) двухсторонняя асимметричная модель г) двухсторонняя симметричная модель	Средний уровень
10. Вставьте пропущенное слово: «Горизонтальные потоки информации в организации – это коммуникации между подразделениями _____ уровня».	а) разного б) одного в) управляющего г) внешнего	Средний уровень
11. Выберите все методы, относящиеся к социологическим исследованиям в рекламе и PR (оценивание «Всё или ничего»).	а) опрос б) фокус-группа в) наблюдение г) лабораторный химический анализ д) контент-анализ е) физическое моделирование	Средний уровень
12. Установите соответствие между элементами модели коммуникации (Лассуэлл) и их описанием:	Элементы: 1) коммуникатор 2) сообщение 3) канал 4) аудитория 5) эффект. Описания: А) кто передаёт Б) что передаётся В) по какому каналу Г) кому Д) с каким результатом.	Средний уровень
13. Какая задача относится к функциям PR-специалиста в кризисной ситуации?	а) разработка нового товара б) минимизация репутационных потерь в) проведение аудита бухгалтерии г) подбор персонала	Средний уровень
14. Вставьте пропущенное слово: «Вертикальные потоки информации подразделяются на _____».	а) горизонтальные б) восходящие в) внешние	Средний уровень

	нисходящие и _____».	г) внутренние	
	15. Сколько участников обычно составляет фокус-группа? (укажите примерное число)	а) 1-2 б) 3-5 в) 6-10 г) 12-20	Средний уровень
	16. Расположите этапы проведения фокус-группы в хронологическом порядке:	1) рекрутинг участников 2) разработка гайда 3) проведение дискуссии 4) анализ результатов 5) подготовка отчёта.	Высокий уровень
	17. Расположите методы оценки эффективности PR по степени точности (от самого простого/дешёвого к самому сложному/дорогому):	1) медиа-анализ (число публикаций) 2) контент-анализ (тон упоминаний) 3) опросы общественного мнения 4) ROI-анализ PR.	Высокий уровень
	18. Выберите характеристики, относящиеся к «коммерческой пропаганде» (publicity) в отличие от рекламы:	а) оплачивается рекламодателем б) не оплачивается напрямую в) исходит от лица СМИ г) полностью контролируется заказчиком д) имеет более высокий уровень доверия е) всегда содержит призыв к покупке	Высокий уровень
	19. Расположите модели PR в порядке возрастания уровня диалогичности (от минимального к максимальному):	А) модель пресс-агентства Б) модель общественной информации В) двухсторонняя асимметричная модель Г) двухсторонняя симметричная модель	Высокий уровень
	20. Какие исследования относятся к специальным (кроме обычных опросов и наблюдений)? (Выберите несколько)	а) холл-тест б) хоум-тест в) тайный покупатель г) панельное исследование д) перепись населения	Высокий уровень