|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Тестові завдання** | | |
| № з/п | Текст завдання | Варіанти відповідей |
| 1. | Вивчає закономірності формування, функціонування та управління іміджем людини, організації, товару, послуги, країни, розкриває загальне, особливе та ексклюзивне в онтології усіх видів іміджі – це…: | А. Інноваційний менеджмент;  Б. Іміджологія;  В. Рекреалогія;  Г. Психологія;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 2. | Практично-орієнтованиминапрямами іміджології є: | А. Імідж діагностика;  Б. Імідж консультування;  В. Іміджмейкинг (технології побудови та управління іміджем);  Г. Іміджпрогностику;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 3. | Різновидами іміджології є: | А. Історична іміджологія;  Б. Політична іміджологія;  В. Персональна іміджологія; Г. Професійна іміджологія;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 4. | Галузями іміджології є: | А. Іміджологія особистості;  Б. Іміджологія соціальних структур;  В. Корпоративна іміджологія;  Г. Іміджологія територій, іміджологія товару, послуги;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 5. | До об’єктивні соціально-психологічні чинників зростання потреби людства в імідж ах відносяться: | А. Сутність людської природи, її постійне прагнення до лідерства і власності;  Б. Ідея необхідності символьного закріплення спеціалізації праці і рольових функцій;  В. Феномен соціальної мімікрії людини, її незламне бажання справляти враження, здаватися більш значущою з метою збільшити власний шанс на соціальний успіх;  Г. Швидкий розвиток електронних засобів масових комунікацій, медіатизація особистості;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 6. | Цілеспрямовано сформований образ кого-небудь або чого-небудь, завдання якого – справити сприятливе враження (у цілях реклами, популяризації і т. ін.) – це: | А. Імідж;  Б. Образ;  В. Зовнішній вигляд;  Г. Тип особистості;  Д. Іміджування. |
| 7. | До характерних ознак іміджу відносяться: | А. Це – цілісна структура, що не повинна вступати у конфлікт із соціальними ідеологією та культурою;  Б. Імідж повинен викликати достатній емоційний відгук та реакцію спільноти;  В. Імідж є неоднорідним, він складається з відносно статичного ядра й мобільної, змінної оболонки, що оперативно реагує на вплив зовнішніх та внутрішніх чинників;  Г. Це – динамічна структура, яка залежить від багатьох особистісно-психологічних та соціокультурних факторів;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 8. | При класифікації іміджу використовуються підходи: | А. Функціональний;  Б. Контекстний;  В. Порівняльний, за яким порівнюють близькі іміджі;  Г. Правильні відповіді А і Б;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 9. | Іміджева система корпорацій диференціюється на…: | А. Дзеркальний імідж;  Б. Поточний імідж;  В. Бажаний імідж та корпоративний імідж;  Г. Множинний імідж;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 10. | Образ самої організації, створюваний її історією, фінансовими успіхами, стабільністю, якістю продукції і т.ін. – це: | А. Дзеркальний імідж;  Б. Поточний імідж;  В. Корпоративний імідж;  Г. Множинний імідж;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 11. | Те, як представники певної організації сприймають самі образ цієї організації – це: | А. Дзеркальний імідж;  Б. Поточний імідж;  В. Корпоративний імідж;  Г. Множинний імідж;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 12. | Образ організації, що існує у свідомості неагентів цієї організації – це: | А. Дзеркальний імідж;  Б. Поточний імідж;  В. Корпоративний імідж;  Г. Множинний імідж;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 13. | Фірмовий стиль організації, який створюється, приміром, єдиними фірмовим одягом, дизайном магазинів, оформленням транспортних засобів і т. ін. – це: | А. Дзеркальний імідж;  Б. Поточний імідж;  В. Корпоративний імідж;  Г. Множинний імідж;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 14. | Включає індивідуальні особливості особистості (чесність, порядність, освіченість, доброту, людяність, обов’язковість, розум, безкорисність, енергійність, рішучість, молодість, наполегливість, наявність харизми, здатність вести за собою людей, принциповість, відкритість) – це: | А. Персональний імідж;  Б. Професійний імідж;  В. Соціальний імідж;  Г. Символічний імідж;  Д. Імідж-вимога. |
| 15. | Припускає компетентність, діловитість, працездатність, важливі динамічні характеристики (енергійність, діяльність, активність), а також значимість розв’язуваних лідером завдань – це: | А. Персональний імідж;  Б. Професійний імідж;  В. Соціальний імідж;  Г. Символічний імідж;  Д. Імідж-вимога. |
| 16. | Включає турботу про людей, близькість до проблем народу, готовність боротися зі злочинністю – це: | А. Персональний імідж;  Б. Професійний імідж;  В. Соціальний імідж;  Г. Символічний імідж;  Д. Імідж-вимога. |
| 17. | Представляє лідера або організацію носієм певної ідеології – це: | А. Персональний імідж;  Б. Професійний імідж;  В. Соціальний імідж;  Г. Символічний імідж;  Д. Імідж-вимога. |
| 18. | Іміджі класифікують також за …: | А. Гендерними ознаками;  Б. Змістом  В. Оригінальними підходами;  Г. Контекстом іміджування, віковими параметрами, за параметрами вияву;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 19. | До ціннісних функцій іміджу відносять: | А. Звершення особистості;  Б. Психотерапевтичну функцію;  В. Міжособистісну адаптацію;  Г. Правильні відповіді А і Б;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 20. | До технологічних функцій іміджу відносять: | А. Презентацію кращих особистісно-ділових якостей;  Б. Затінення негативних особистісних характеристик;  В. Міжособистісну адаптацію;  Г. Організація уваги ;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 21. | До функцій іміджу підприємства відносяться: | А. Демонстративна;  Б. Функція стимуляції;  В. Адаптивна;  Г. Рекламна;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 22. | Позиціонування підприємства на ринку – це …: | А. Демонстративна функція;  Б. Функція стимуляції;  В. Адаптивна;  Г. Рекламна;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 23. | Спонукання споживача до дій має на меті функція … іміджу підприємства | А. Демонстративна функція;  Б. Стимуляції;  В. Адаптивна;  Г. Рекламна;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 24. | Забезпечення підприємства входженням у необхідне йому суспільне середовище забезпечує … функція іміджу підприємства | А. Демонстративна функція;  Б. Стимуляції;  В. Адаптивна;  Г. Рекламна;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 25. | Привернення уваги до підприємства з метою збільшення зростання продажів товару, збільшення прибутку і т.д. покладено на …… функцію іміджу підприємства | А. Демонстративна функція;  Б. Стимуляції;  В. Адаптивна;  Г. Рекламну;  Д. Всі відповіді правильні. |