|  |
| --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»Факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життяКафедра філософсько-історичних студій та масових комунікаційСпеціальність 033 «Філософія»Освітній ступінь «бакалавр» |
| «ЗАТВЕРДЖУЮ»Проректор з НПР\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.В. Морозов« »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 р. | Затверджено на засіданні кафедри філософсько-історичних студій та масових комунікаційПротокол №\_\_від « » \_\_\_\_\_\_\_2024 р.Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_В.М. Слюсар |
| ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯз навчальної дисципліни**«рекламні комунікації»** |
| №з/п | Текст завдання | Варіанти відповідей |
| 26. | Назвіть функцію реклами, яка сприяє визначенню певних «цінностей» у споживача товарів або послуг. | А) керуюча.Б) ідеологічна.В) інформаційна.Г) економічна.Д) прикладна. |
| 27. | Назвіть функцію реклами, яка вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками. | А) корегуюча.Б) ідеологічна.В) маркетингова.Г) соціальна.Д) інформаційна. |
| 28. | Вкажіть функцію реклами, яка вказує «готові» форми поведінки в певній ситуації, визначаючи, що «стильно», що «справжнє», що «гарне». | А) психологічна.Б) інформаційна.В) соціальна.Г) виховна.Д) корегуючи. |
| 29. | Назвіть функцію реклами, за допомогою якої підтримується зворотний зв'язок з ринком і споживачем. | А) інформаційна.Б) економічна.В) виховна.Г) маркетингова.Д) контролююча. |
| 30. | Оберіть функцію реклами, яка сприяє інформуванню, формує потребу в товарі або послузі, що спонукає об’єкт реклами до їх придбання. | А) корегуючи.Б) керуюча.В) комунікативна.Г) виховна.Д) дискурсивна. |
| 31. | Назвіть ознаки, які притаманні економічній функції реклами. | А) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.Б) вказує «готові» форми поведінки в певній ситуації, визначаючи, що «стильно», що «справжнє», що «гарне».В) сприяє стимулюванню продажу товарів і послуг.Г) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками.Д) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах. |
| 32. | Вкажіть ознаки, притаманні економічній функції реклами. | А) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками.Б) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах.В) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками.Г) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах.Д) сприяє нарощуванню обсягів прибутку від реалізації продукції за певну одиницю часу. |
| 33. | Оберіть ознаки інформаційної функції реклами. | А) сприяє стимулюванню продажу товарів і послуг.Б) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.В) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари.Г) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками.Д) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах. |
| 34. | Визначте ознаки, притаманні керуючій функції реклами. | А) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.Б) сприяє стимулюванню продажу товарів і послуг.В) використання можливостей спрямованого впливу на певні категорії споживачів, що сприяє управлінню попитом.Г) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах.Д) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками. |
| 35. | Назвіть ознаки соціальної функції реклами. | А) впливає на формування масової суспільної свідомості і формує свідомість кожного індивідуума.Б) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах.В) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками.Г) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.Д) сприяє стимулюванню продажу товарів і послуг. |
| 36. | Вкажіть ознаки, притаманні маркетинговій функції реклами. | А) використання можливостей спрямованого впливу на певні категорії споживачів, що сприяє управлінню попитом.Б) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.В) сприяє стимулюванню продажу товарів і послуг.Г) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах.Д) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари. |
| 37. | Оберіть ознаки комунікативної функції реклами. | А) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.Б) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари.В) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками.Г) спрямована на задоволення потреб покупця в товарах і послугах.Д) сприяє інформуванню, формує потребу в товарі або послузі, що спонукає об’єкт реклами до їх придбання. |
| 38. | Назвіть ознаки, які притаманні ідеологічній функції реклами. | А) використання можливостей спрямованого впливу на певні категорії споживачів, що сприяє управлінню попитом.Б) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.В) сприяє визначенню певних «цінностей» у споживача товарів або послуг.Г) сприяє стимулюванню продажу товарів і послуг.Д) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари. |
| 39. | Визначте ознаки ідеологічної функції реклами. | А) сприяє стимулюванню продажу товарів і послуг.Б) вказує на отримані переваги споживачами товарів або послуг над іншими установками.В) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари.Г) використання можливостей спрямованого впливу на певні категорії споживачів, що сприяє управлінню попитом.Д) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем. |
| 40. | Оберіть ознаки виховної функції реклами. | А) вказує «готові» форми поведінки в певній ситуації. Б) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари.В) використання можливостей спрямованого впливу на певні категорії споживачів, що сприяє управлінню попитом.Г) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.Д) сприяє нарощуванню обсягів прибутку від реалізації продукції за певну одиницю часу. |
| 41. | Визначте ознаки виховної функції реклами. | А) використання можливостей спрямованого впливу на певні категорії споживачів, що сприяє управлінню попитом.Б) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.В) визначає, що «стильно», що «справжнє», що «гарне».Г) сприяє нарощуванню обсягів прибутку від реалізації продукції за певну одиницю часу.Д) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари. |
| 42. | Вкажіть ознаки контролюючої функції реклами. | А) визначає, що «стильно», що «справжнє», що «гарне».Б) вказує «готові» форми поведінки в певній ситуації.В) забезпечує спрямованим потоком інформації про виробника і його товари.Г) підтримує зворотний зв'язок з ринком і споживачем.Д) нарощує обсяги прибутку від реалізації продукції за певну одиницю часу. |
| **Класифікація рекламних агентств** |
| 43. | Оберіть рекламні агентства з огляду на масштаб та територіальне охоплення. | А) глобальні.Б) спеціалізовані.В) повносервісні.Г) домашні.Д) внутрішньофірмові. |
| 44. | Назвіть рекламні агентства з огляду на масштаб та територіальне охоплення. | А) домашні.Б) національні.В) спеціалізовані.Г) внутрішньофірмові.Д) повносервісні. |
| 45. | Оберіть рекламні агентства з огляду на масштаб та територіальне охоплення. | А) спеціалізовані.Б) внутрішньофірмові.В) домашні.Г) повносервісні.Д) регіональні. |
| 46. | Визначте рекламні агентства з огляду на обсяг наданих послуг. | А) з повним циклом.Б) внутрішньофірмові.В) домашні.Г) глобальні.Д) спеціалізовані. |
| 47. | Оберіть рекламні агентства з огляду на обсяг наданих послуг. | А) домашніБ) з обмеженим циклом.В) повносервісні.Г) національні.Д) внутрішньофірмові. |
| 48. | Назвіть рекламні агентства з огляду на їхні різновиди. | А) глобальні.Б) внутрішньофірмові.В) національні.Г) спеціалізовані.Д) регіональні. |
| 49. | Вкажіть рекламні агентства з огляду на їхні різновиди. | А) регіональні.Б) універсальні.В) національні.Г) глобальні.Д) внутрішньофірмові. |
| 50. | Оберіть рекламні агентства з огляду на характер та обсяг послуг. | А) повносервісні.Б) національні.В) глобальні.Г) регіональні.Д) транснаціональні. |
| 51. | Визначте рекламні агентства з огляду на характер та обсяг послуг. | А) національні.Б) регіональні.В) спеціалізовані.Г) транснаціональні.Д) глобальні. |
| 52. | Назвіть рекламні агентства з огляду на характер та обсяг послуг. | А) багатопрофільні.Б) регіональні.В) транснаціональні.Г) глобальні.Д) національні. |
| 53. | Оберіть рекламні агентства, які на ринку реклами займають окреме становище. | А) медійні.Б) національні.В) повносервісні.Г) спеціалізовані.Д) з обмеженим циклом. |
| 54. | Назвіть рекламні агентства, які зазвичай функціонують на підставі ексклюзивного договору. | А) внутрішньофірмові.Б) з обмеженим циклом.В) повносервісні.Г) з повним циклом.Д) національні. |
| 55. | Вкажіть рекламні агентства, які зазвичай функціонують на підставі ексклюзивного договору. | А) повносервісні.Б) з обмеженим циклом.В) домашні.Г) національні.Д) з повним циклом. |
| 56. | Вкажіть рекламні агентства, які входять у склад компанії, як правило, зі значними рекламними бюджетами. | А) з обмеженим циклом.Б) внутрішньофірмові.В) повносервісні.Г) з повним циклом.Д) національні. |
| 57. | Назвіть рекламні агентства, які надають окремі види послуг. | А) домашні.Б) глобальні.В) повносервісні.Г) спеціалізовані.Д) національні. |
| 58. | Оберіть критерій, відповідно до якого вирізняють глобальні рекламні агентства. | А) за масштабом і територіальним охопленням.Б) за характером послуг.В) за обсягом послуг.Г) за демографічним принципом.Д) за географічним принципом. |
| 59. | Вкажіть критерій, відповідно до якого вирізняють національні рекламні агентства. | А) за географічним принципом.Б) за масштабом і територіальним охопленням.В) за характером послуг.Г) за обсягом послуг.Д) за демографічним принципом. |
| 60. | Назвіть критерій, відповідно до якого вирізняють регіональні рекламні агентства. | А) за характером послуг.Б) за масштабом і територіальним охопленням.В) за демографічним принципом.Г) за обсягом послуг.Д) за географічним принципом. |
| 61. | Оберіть критерій, відповідно до якого вирізняють рекламні агентства з повним циклом послуг. | А) за обсягом послуг.Б) за географічним принципом.В) за масштабом.Г) за територіальним охопленням.Д) за демографічним принципом. |
| 62. | Назвіть критерій, відповідно до якого вирізняють рекламні агентства з обмеженим циклом послуг. | А) за територіальним охопленням.Б) за масштабом.В) за географічним принципом.Г) за обсягом послуг.Д) за демографічним принципом. |
| 63. | Визначте критерій, відповідно до якого вирізняють повносервісні рекламні агентства. | А) за географічним принципом.Б) за масштабом.В) за характером та обсягом послуг.Г) за територіальним охопленням.Д) за демографічним принципом. |
| 64. | Оберіть критерій, відповідно до якого вирізняють спеціалізовані рекламні агентства. | А) за масштабом. Б) за демографічним принципом.В) за географічним принципом.Г) за територіальним охопленням.Д) за характером та обсягом послуг. |
| 65. | Вкажіть критерій, відповідно до якого вирізняють багатопрофільні рекламні агентства. | А) за демографічним принципом.Б) за територіальним охопленням.В) за характером та обсягом послуг.Г) за масштабом.Д) за географічним принципом. |
| 66. | Назвіть діяльність, яку не здійснюють рекламні агентства. | А) виробництво продукції.Б) дослідження ринку.В) планування рекламної кампанії.Г) оцінка ефективності реклами.Д) рекламування. |