|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»  Факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя  Кафедра філософсько-історичних студій та масових комунікацій  Спеціальність 033 «Філософія»  Освітній ступінь «бакалавр» | | | | |
| «ЗАТВЕРДЖУЮ»  Проректор з НПР  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.В. Морозов  « »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 р. | | Затверджено на засіданні кафедри філософсько-історичних студій та масових комунікацій  Протокол №\_\_від « » \_\_\_\_\_\_\_2024 р.  Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_В.М. Слюсар | | |
| ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ  з 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) домашні  Б) 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. | |