

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»

Гуманитарный институт

Кафедра «Политология, история и социальные технологии»

В.Д.Черепанов

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ

Сборник тестовых заданий

МОСКВА – 2018

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»

Гуманитарный институт

Кафедра «Политология, история и социальные технологии»

В.Д.Черепанов

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ

Сборник тестовых заданий

для студентов направления 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью»

МОСКВА – 2018

УДК 16

Ч 46

Черепанов В.Д. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях: Сборник тестовых заданий. – М.: РУТ (МИИТ), 2018. – 62 с.

В сборнике приводятся примерные тестовые задания, позволяющие проводить как текущий, так и промежуточный контроль студентов знаний по дисциплине.

Широкий спектр тестовых заданий отражает ряд теоретических вопросов, составляющих современные знания о кризисных явлениях, проблематику деятельности служб рекламы и PR в контексте деятельности экономических субъектов различного уровня, в том числе – и в предкризисных условиях, и в условиях кризиса на различных фазах.

Издание предназначено для студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», изучающих данную дисциплину согласно учебному плану.

© РУТ (МИИТ), 2018

- 1) Первоначальный смысл слова «krisis» в греческой традиции –
 - a) решение, поворотный пункт
 - b) беда
 - c) нехватка денег
 - d) начало войны

- 2) Значение слова «кризис» по Ожегову
 - a) затруднительное, тяжелое положение
 - b) типичное явление для экономики
 - c) крайнее состояние общества
 - d) болезнь

- 3) Значение слова «кризис» в медицине (в т.ч. – в психиатрии) –
 - a) перелом в течении болезни
 - b) смерть
 - c) неудачное лечение
 - d) невозможность поставить диагноз

- 4) Первое значение слова «кризис» по словарю Ушакова
 - a) резкое изменение, крутой перелом
 - b) перемена
 - c) слом, разрушение
 - d) упадок

- 5) Явление, противоположное кризису называется
 - a) лизис
 - b) лузер
 - c) лимис

- d) лапис
- 6) В обыденном сознании экономический кризис воспринимается как
- a) неожиданная болезнь, поражающая экономический субъект или экономику в целом
 - b) закономерное явление, часть экономического процесса
 - c) явление, причины которого невозможно установить
 - d) благо для экономического субъекта или экономики в целом
- 7) Научное понимание экономического кризиса предполагает подход, трактующий кризис как
- a) закономерное явление, часть экономического процесса
 - b) явление, причины которого невозможно установить
 - c) благо для экономического субъекта или экономики в целом
 - d) неожиданная болезнь, поражающая экономический субъект или экономику в целом
- 8) Склонность рыночной экономики к повторению кризисных явлений учёные выявили в _____ века
- a) первой половине XIX
 - b) конце XX
 - c) конце XIX
 - d) начале XXI
- 9) Современная наука рассматривает кризисы как часть _____ процессов
- a) циклических
 - b) линейных
 - c) однозначных
 - d) спонтанных

- 10) В древнегреческой риторике слово «кризис» использовалось в широком значении и означало
- a) поворотный пункт
 - b) критику
 - c) смерть
 - d) отсутствие денег
- 11) Кризисные явления для субъекта имеют значение
- a) как негативное, так и позитивное
 - b) сугубо позитивное
 - c) исключительно негативное
 - d) это постоянное явление, не имеющее значения
- 12) Синонимом понятия «кризис» является
- a) рецессия
 - b) концессия
 - c) сессия
 - d) профессия
- 13) По источникам возникновения кризисы делят на
- a) природные и социоантропогенные
 - b) катастрофические, разрушительные, неразрушительные
 - c) экономические, политические, социальные, дипломатические
 - d) управляемые и неуправляемые
- 14) По последствиям кризисы делят на
- a) катастрофические, разрушительные, неразрушительные
 - b) экономические, политические, социальные, дипломатические
 - c) управляемые и неуправляемые

- d) природные и социоантропогенные
- 15) По сферам протекания кризисы делят на
- a) экономические, политические, социальные, дипломатические
 - b) природные и социоантропогенные
 - c) управляемые и неуправляемые
 - d) катастрофические, разрушительные, неразрушительные
- 16) Службы PR и рекламы должны рассматривать кризис как
- a) нежелательную фазу состояния экономического субъекта, характеризующуюся колебаниями и негативными явлениями
 - b) возможность проявить себя в глазах своего руководства
 - c) нежелательная фаза состояния экономической системы конкретной страны
 - d) состояние паники в мировом рыночном хозяйстве
- 17) Крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде
- a) кризис
 - b) адаптация
 - c) развитие
 - d) изменение
- 18) Причины кризисных явлений в организации, наступившие вследствие ошибок в управлении, внутренними конфликтами, являются
- a) субъективными
 - b) объективными
 - c) произвольными
 - d) локальными

- 19) Причины кризисных явлений в организации, связанные с тенденциями и стратегией макроэкономического развития, называются
- a) внешними
 - b) объективными
 - c) произвольными
 - d) субъективными
- 20) Причины кризисных явлений в организации, связанные с циклическими потребностями модернизации и реструктуризации, называются
- a) объективными
 - b) произвольными
 - c) локальными
 - d) субъективными
- 21) Кризисы, охватывающую всю социально-экономическую систему называются
- a) общими
 - b) произвольными
 - c) локальными
 - d) субъективными
- 22) Кризисы, охватывающие часть социально-экономической системы, называются
- a) локальными
 - b) общими
 - c) произвольными
 - d) субъективными
- 23) Кризис на уровне управления государством называется
- a) политическим

- b) экономическим
 - c) социальным
 - d) психологическим
- 24) Кризисные явления, связанные с разделением и интеграцией деятельности, распределением должностных обязанностей, регламентацией деятельности различных подразделений, называются
- a) организационными
 - b) политическими
 - c) экономическими
 - d) социальными
- 25) Сотрудник службы PR и рекламы может использовать в своих выступлениях в качестве синонима предложенный профессором В.В. Уперовым в 30-х годах XX века русский эквивалент слова реклама «_____»
- a) залука
 - b) обманка
 - c) приманка
 - d) соблазн
- 26) Сотрудник службы PR и рекламы должен знать, что слово «реклама», зафиксированное в словаре В. Даля, пришло в Россию из
- a) Франции
 - b) Италии
 - c) Польши
 - d) Дании
- 27) Слово «реклама» произошло оно от латинского «reclamare», что означает
- a) крик

- b) наре́кание
- c) прода́жа
- d) жела́ние

28) По определению Американской ассоциации маркетинга, реклама – это платная форма неличного представления и продвижения _____ рекламодателем идей, товаров и услуг определенной аудитории

- a) не анонимным
- b) анонимным
- c) любым
- d) обеспеченным

29) Согласно кибернетического подхода (Н. Винер) информация – все, что уменьшает нашу _____ относительно какого-то объекта или явления

- a) неопределенность
- b) бедность
- c) скуку
- d) перспективу

30) В целях рекламы была создана _____ башня

- a) Эйфелева
- b) Пизанская
- c) Кутафья
- d) Сююмбике

31) Промоушн – продвижение товара в _____ покупателя, коммуникация между производителем (продавцом) и потребителем с целью реализации товара

- a) сознание
- b) руки
- c) дом
- d) собственность

32) Реклама в узком смысле слова – _____

- a) реклама в средствах информации и на городском пространстве
- b) вся система маркетинговых коммуникаций
- c) любое предложение товара
- d) восхваление товара или услуги

33) Реклама в широком смысле слова – _____

- a) вся система маркетинговых коммуникаций
- b) реклама в средствах информации и на городском пространстве
- c) восхваление товара или услуги
- d) любое предложение товара

34) Слово «агитация» происходит от латинского корня, означающего

« _____ »

- a) приведение в движение
- b) воздействие на мозг
- c) физическое насилие
- d) приглашение к обеду

35) Реклама как социальное явление – это обнаруживаемое, _____

проявление процесса реализации той общественной функции, которая представляет собой сущность рекламы

- a) внешнее
- b) внутреннее
- c) случайное

d) субъективное

36) Социальное отношение – отношение человека к предмету его потребности, опосредованное _____

a) другим человеком

b) климатом

c) материальными возможностями

d) сознанием

37) Реклама – система, формирующая _____ идеал человека, группы, общности

a) потребительский

b) эстетический

c) нравственный

d) правовой

38) Коммуникация – процесс передачи _____ от источника к получателю

a) информации

b) денег

c) товара

d) энергии

39) Рекламная коммуникация является разновидностью _____ коммуникации

a) массовой

b) личной

c) простой

d) сложной

- 40) Рекламная аудитория называется _____
- a) рекламополучатель
 - b) рекламоизготовитель
 - c) рекламопроизводитель
 - d) рекламораспространитель
- 41) В силу того, что реклама представляет собой последовательный и продуманный алгоритм воздействия на аудитории различного типа, в достаточной степени гарантирует сходное поведение типовых аудиторий в типовых ситуациях, реклама есть социальная
- a) технология
 - b) иллюзия
 - c) форма
 - d) проблема
- 42) Социальное управление – осознанное, _____, специально организованное воздействие на общество по упорядочению и совершенствованию его структуры, организации взаимодействия отдельных компонентов общества
- a) систематическое
 - b) несистемное
 - c) хаотичное
 - d) вредное
- 43) Такое воздействие института рекламы влияет на индивида и общество как «процесс внедрения в сознание человека знаний и представлений о существующих как в обществе в целом, так и в отдельных общностях нормах, стереотипах, ценностях, моделях поведения» называется
- a) социализация
 - b) содействие прогрессу

- c) воздействие на интеграцию общества
 - d) воздействие на дифференциацию общества
- 44) Такое воздействие института рекламы влияет на индивида и общество как «внедрение в сознание человека новые знания и представления о новых способах совершенствования своей жизни» называется
- a) содействие прогрессу
 - b) социализация
 - c) воздействие на дифференциацию общества
 - d) воздействие на интеграцию общества
- 45) Такое воздействие института рекламы влияет на индивида и общество как «трансляция на различные аудитории тексты, образы, модели поведения, способствующие формированию в обществе единых ценностей, норм, стереотипов» называется
- a) воздействие на интеграцию общества
 - b) содействие прогрессу
 - c) воздействие на дифференциацию общества
 - d) социализация
- 46) Такое воздействие института рекламы влияет на индивида и общество как «способствует идентификации членов группы, отделению их от иных групп» называется
- a) воздействие на дифференциацию общества
 - b) содействие прогрессу
 - c) воздействие на интеграцию общества
 - d) влияние на экономическое развитие

- 47) Такое воздействие института рекламы влияет на индивида и общество как «способствует более быстрой оборачиваемости средств, росту прибыли на всех этапах движения товара от производителя к потребителю» называется
- a) влияние на экономическое развитие
 - b) социализация
 - c) содействие прогрессу
 - d) воздействие на интеграцию общества
- 48) Социальная функция мифологем – сохранение _____ общества вне зависимости от жизненных обстоятельств
- a) духовной целостности
 - b) физической близости
 - c) экономической общности
 - d) правового единства
- 49) Основной принцип сегментирования – _____ аудитория должна отличаться однотипными реакциями на содержание и форму рекламного сообщения
- a) идентифицированная
 - b) большая
 - c) реальная
 - d) образованная
- 50) Социальная структура общества – совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом больших _____
- a) групп
 - b) руководителей
 - c) денежных средств
 - d) политиков

- 51) «Профессионалы, лица свободных профессий и бизнесмены, получающие чрезвычайно высокий доход» - приведена характеристика социальной группы в стратификационной модели сегментирования рынка, называемой
- a) высший класс
 - b) верхушка высшего класса
 - c) верхушка среднего класса
 - d) верхушка низшего класса
- 52) «Элита общества, “пропуском” в нее служат унаследованное богатство и социальная известность семьи» - приведена характеристика социальной группы в стратификационной модели сегментирования рынка, называемой
- a) верхушка высшего класса
 - b) высший класс
 - c) верхушка среднего класса
 - d) низший средний класс
- 53) «Люди, активно и успешно делающие карьеру в бизнесе, науке, политике, областях высокопрофессиональной деятельности» - приведена характеристика социальной группы в стратификационной модели сегментирования рынка, называемой
- a) верхушка среднего класса
 - b) верхушка высшего класса
 - c) низший средний класс
 - d) верхушка низшего класса
- 54) «Рядовые служащие, мелкие предприниматели, фермеры, имеющие возможность нанять работников, инженерно-технические работники предприятий, средний медицинский персонал, учителя, “рабочая аристократия”» - приведена характеристика социальной группы в стратификационной модели сегментирования рынка, называемой

- a) низший средний класс
- b) высший класс
- c) верхушка среднего класса
- d) низший класс

55) «мелкие служащие (операторы компьютеров, например) и “люди, работающие в касках” – строители, квалифицированные и полуквалифицированные рабочие предприятий» - приведена характеристика социальной группы в стратификационной модели сегментирования рынка, называемой

- a) верхушка низшего класса
- b) верхушка высшего класса
- c) высший класс
- d) верхушка среднего класса

56) «Неквалифицированные рабочие, люди, живущие на пособия, случайные заработки, сезонные рабочие на сельскохозяйственных предприятиях» - приведена характеристика социальной группы в стратификационной модели сегментирования рынка, называемой

- a) низший класс
- b) верхушка среднего класса
- c) низший средний класс
- d) верхушка низшего класса

57) Приоритетное сегментирование аудитории в современной России проводится по критерию

- a) доход
- b) социальная группа
- c) образование
- d) национальность

- 58) «Ценностный, нормативный, означающий ориентацию на соблюдение некоторых правил поведения» - приведена характеристика _____ компонента структуры стиля жизни
- a) аксиологического
 - b) конативного
 - c) когнитивного
 - d) коммуникативного
- 59) «Выражается в устойчивых привычках, способах реагирования на различные ситуации» - приведена характеристика _____ компонента структуры стиля жизни
- a) конативного
 - b) когнитивного
 - c) коммуникативного
 - d) аксиологического
- 60) «Связан с содержанием картин мира и познавательных стереотипов» - приведена характеристика _____ компонента структуры стиля жизни
- a) когнитивного
 - b) аксиологического
 - c) коммуникативного
 - d) конативного
- 61) «Связан с включенностью человека в систему социальных связей, а также с состоянием языка различных социальных групп» - приведена характеристика _____ компонента структуры стиля жизни
- a) коммуникативного
 - b) конативного

- c) аксиологического
- d) когнитивного

62) «Тот, кто однозначно и жестко предопределяет выбор данного товара покупателем» - приведена характеристика лица, влияющего на решение о совершении покупки собственно покупателем, называемого

- a) предписант
- b) советчик
- c) лидер мнений
- d) институциональный субъект влияния

63) «Тот, чьи советы не обязательны к исполнению, но имеют вес в силу репутации или профессии» - приведена характеристика лица, влияющего на решение о совершении покупки собственно покупателем, называемого

- a) советчик
- b) лидер мнений
- c) институциональный субъект влияния
- d) предписант

64) «Тот, кому стремятся подражать в силу его статуса, внешних данных, успешности в какой-либо области социальной практики» - приведена характеристика лица, влияющего на решение о совершении покупки собственно покупателем, называемого

- a) лидер мнений
- b) институциональный субъект влияния
- c) предписант
- d) советчик

- 65) «Юридическое лицо, которое может давать негативные или позитивные предписания и советы» - приведена характеристика лица, влияющего на решение о совершении покупки собственно покупателем, называемого
- a) институциональный субъект влияния
 - b) советчик
 - c) лидер мнений
 - d) предписант
- 66) Позиционирование – определение той ниши в сознании потребителя, которая должна _____ с данным товаром, выделяя его в конкурентном ряду
- a) идентифицироваться
 - b) совпадать
 - c) противоречить
 - d) ассоциироваться
- 67) «Предполагаемое среднее число потребителей каждого экземпляра издания» - приведена характеристика показателя медиапланирования для печатных СМИ, измеряющего количество потенциальных потребителей, которым может быть передано данное рекламное обращение с помощью данного издания
- a) коэффициент обращения
 - b) полезная аудитория
 - c) пересекающаяся аудитория
 - d) степень полезного проникновения
- 68) «Часть общей аудитории, на которую рассчитано данное рекламное обращение» - приведена характеристика показателя медиапланирования для печатных СМИ, измеряющего количество потенциальных потребителей,

которым может быть передано данное рекламное обращение с помощью данного издания

- a) полезная аудитория
- b) пересекающаяся аудитория
- c) степень полезного проникновения
- d) коэффициент обращения

69) «Доля, которую составляет целевая аудитория, охватываемая данным изданием, ко всей целевой рекламной аудитории» - приведена характеристика показателя медиапланирования для печатных СМИ, измеряющего количество потенциальных потребителей, которым может быть передано данное рекламное обращение с помощью данного издания

- a) степень полезного проникновения
- b) коэффициент обращения
- c) полезная аудитория
- d) пересекающаяся аудитория

70) «Реклама размещается через равные интервалы в течение всего периода рекламной кампании» - приведена характеристика графика размещения рекламы, называемого _____

- a) последовательный
- b) сезонный
- c) импульсная подача
- d) неравномерные импульсы

71) «СМИ используются массированно, через равные интервалы без рекламы» - приведена характеристика графика размещения рекламы, называемого _____

- a) импульсная подача
- b) сезонный

- c) рывок
- d) направленный импульс

72) «Реклама размещается через неравные интервалы» - приведена характеристика графика размещения рекламы, называемого _____

- a) неравномерные импульсы
- b) сезонный
- c) импульсная подача
- d) рывок

73) «Концентрированное рекламное давление в течение короткого промежутка времени, как правило, в начале кампании» - приведена характеристика графика размещения рекламы, называемого _____

- a) рывок
- b) последовательный
- c) сезонный
- d) направленный импульс

74) «График строится таким образом, чтобы продажа существенно возрастала в период интенсивного рекламирования» - приведена характеристика графика размещения рекламы, называемого _____

- a) направленный импульс
- b) последовательный
- c) неравномерные импульсы
- d) рывок

75) Основная разница между правовым и этическим регулированием рекламы заключается в _____

- a) ответственности за нарушение норм
- b) содержанию рекламного текста
- c) рекламируемом товаре или услуге
- d) внешнем виде актёров, задействованных в рекламном ролике

76) Международный кодекс рекламной деятельности принят

- a) Международной Торговой Палатой
- b) Лигой Наций
- c) Всемирной Торговой организацией
- d) Международным Банком Реконструкции и Развития

77) Международный кодекс рекламной деятельности принят в _____ году

- a) 1936
- b) 1995
- c) 1991
- d) 1956

78) Международный кодекс рекламной деятельности принят в _____

- a) Париже
- b) Риме
- c) Москве
- d) Филадельфии

79) Российское рекламное сообщество присоединилось к Международным кодексом рекламной деятельности в _____ году

- a) 1995
- b) 1991
- c) 2001

d) 2015

- 80) Наиболее распространенный тип манипуляции – это информационное воздействие на аудиторию, ориентированное на внедрение в ее сознание _____ представлений
- a) иллюзорных
 - b) политических
 - c) религиозных
 - d) нравственных
- 81) Секуляризация культуры представляет собой процесс отделения культуры _____ от _____
- a) светской от церковной
 - b) крестьянской от дворянской
 - c) советской от буржуазной
 - d) украинской от русской
- 82) Национальный характер – _____ представление народа о самом себе, обуславливающее определенные типовые реакции на те или иные ситуации и раздражители
- a) коллективное
 - b) ошибочное
 - c) идеальное
 - d) устаревшее
- 83) Популярность мультипликационных рекламных роликов у российской аудитории объясняется её близостью к такой исторической форме как _____
- a) лубок
 - b) картинка в книге

- c) театральная декорация
 - d) игрушка
- 84) Превращение рекламы из социального феномена в неотъемлемый компонент общества, в социальный институт произошло в эпоху
- a) средств массовой коммуникации
 - b) буржуазных революций
 - c) античности
 - d) реформации
- 85) Рекламная графика в стиле «модерн» утвердилось после _____ выставки 1900 года
- a) Парижской
 - b) Римской
 - c) Московской
 - d) Лондонской
- 86) Рекламная графика в стиле «модерн» утвердилось после Парижской выставки _____ года
- a) 1900
 - b) 1888
 - c) 1912
 - d) 1899
- 87) Самым ярким из художников, работавших в рекламной графике в стиле «модерн» был _____
- a) Альфонс Муха
 - b) Адольф Кассандр
 - c) Энди Уорхол
 - d) Клод Моне

- 88) Наиболее известны работы “короля пап-арта” – американского художника
- a) Энди Уорхола
 - b) Клода Моне
 - c) Адольфа Кассандра
 - d) Альфонса Мухи
- 89) Американский график _____ создал серию потрясающих рекламных плакатов для туристических фирм в стиле арт деко
- a) Адольф Кассандр
 - b) Альфонс Муха
 - c) Клод Моне
 - d) Энди Уорхол
- 90) Гендер определяется как _____ пол
- a) социальный
 - b) биологический
 - c) идеальный
 - d) мнимый
- 91) Американский социолог Эрвин Гоффман исследовал, насколько в рекламе воспроизводятся традиционные представления о женщине и мужчине, то есть гендерные _____
- a) стереотипы
 - b) законы
 - c) нормы
 - d) отклонения

- 92) В рекламе чаще выступает в роли инструктора, руководителя, специалиста, даже если рекламируются женские товары и товары для домашнего хозяйства _____
- a) мужчина
 - b) ребенок
 - c) молодая женщина
 - d) пожилая женщина
- 93) В результате исследования Эрвин Гоффман сделал вывод, что реклама закрепляет традиционно сложившиеся стереотипы маскулинности и феминности, в которых
- a) мужчина – лидер, а женщина – ведомая
 - b) мужчина – ведомый, а женщина – лидер
 - c) и мужчина, и женщина – лидеры
 - d) и мужчина, и женщина – безвольные, ведомая
- 94) В результате исследования Эрвин Гоффман сделал вывод, что реклама консервирует дифференциацию по половому признаку, доставшуюся в наследство от _____
- a) патриархата
 - b) матриархата
 - c) предков человека
 - d) анимизма
- 95) Первый в истории рекламный плакат, считающийся одновременно и первым образцом использования в рекламе сексуального изображения, это _____
- a) «Прекрасная Мелузина»
 - b) Ж. Шере Француженки "прекрасной эпохи" Парижа
 - c) А. Тулуз-Лотрек Парижский канкан. Афиша кабаре

d) А. Тулуз-Лотрек Танцует "Ненасытная"

96) Первые в истории рекламные – публичное самопрославление правителей, зафиксированное в виде надписей на каменных обелисках, стелах, то есть –

_____ рекламу

a) имиджевую

b) товарную

c) скрытую

d) ложную

97) С учетом социолингвистических параметров словообразование «сникерсни» можно использовать в рекламе, рассчитанной на

a) подростков

b) пожилых людей

c) элитарную публику

d) образованных людей

98) Креативная идея – та _____ идея, на которой базируется презентация объекта рекламы

a) оригинальная

b) стандартная

c) принятая

d) отвергнутая

99) Основное требование к разработчику креатива – _____, т.е. понимание аудитории

a) эмпатия

b) симпатия

c) антипатия

d) социопатия

100) Бриф – техническое задание на разработку _____

- a) рекламы
- b) товара
- c) услуги
- d) имиджа

101) «Определение проблемы» - указана сущность такого «Шага творчества» по Грэхэму Уоллесу творческого процесса в рекламе, как

- a) Ориентация
- b) Озарение
- c) Синтез
- d) Оценка

102) «Сбор относящейся к делу информации» - указана сущность такого «Шага творчества» по Грэхэму Уоллесу творческого процесса в рекламе, как

- a) Подготовка
- b) Анализ
- c) Формирование идеи
- d) Инкубация

103) «Классификация собранного материала» - указана сущность такого «Шага творчества» по Грэхэму Уоллесу творческого процесса в рекламе, как

- a) Анализ
- b) Озарение
- c) Синтез
- d) Оценка

- 104) «Необходимо на какой-то период отложить в сторону решение данной проблемы для того, чтобы в работу включилось подсознание» - указана сущность такого «Шага творчества» по Грэхэму Уоллесу творческого процесса в рекламе, как
- a) Инкубация
 - b) Ориентация
 - c) Подготовка
 - d) Анализ
- 105) «Момент, когда приходит идея и кусочки мозаики собираются в единое целое» - указана сущность такого «Шага творчества» по Грэхэму Уоллесу творческого процесса в рекламе, как
- a) Озарение
 - b) Ориентация
 - c) Формирование идеи
 - d) Инкубация
- 106) «Разработка решения, формулировка идеи» - указана сущность такого «Шага творчества» по Грэхэму Уоллесу творческого процесса в рекламе, как
- a) Синтез
 - b) Инкубация
 - c) Озарение
 - d) Оценка
- 107) «Рассмотрение полученных идей и решений» - указана сущность такого «Шага творчества» по Грэхэму Уоллесу творческого процесса в рекламе, как
- a) Оценка
 - b) Ориентация
 - c) Подготовка
 - d) Анализ

108) Под сакрализацией в сфере потребления понимается такое отношение к товарам и услугам, когда они рассматриваются

-
- a) как более значительные, чем они являются по своей природе
 - b) как менее значительные, чем они являются по своей природе
 - c) как сугубо индивидуальные, имеющие личное значение
 - d) как часть социального, принадлежащего как бы всегда социуму, даже будучи в личной собственности

109) «Практическая польза от покупки» - указана сущность такого потребительского мотива как _____

- a) утилитарный мотив
- b) эстетический мотив
- c) мотив престижа
- d) мотив уподобления

110) «Красота занимает важное место в жизни человека, реклама показывает красоту объекта потребления или же красива сама по себе» - указана сущность такого потребительского мотива как _____

- a) эстетический мотив
- b) мотив уподобления
- c) мотив моды
- d) мотив традиции

111) «Стремление человека к самоидентификации, т.е. ощущением принадлежности к желательной для него – референтной – группе» - указана сущность такого потребительского мотива как _____

- a) мотив престижа
- b) мотив уподобления

- c) мотив моды
- d) мотив традиции

112) «Подражание личности конкретной персоне – звезде, кумиру, "лицу фирмы"» - указана сущность такого потребительского мотива как _____

- a) мотив уподобления
- b) утилитарный мотив
- c) эстетический мотив
- d) мотив престижа

113) «Стремление человека быть как все, но наилучшим образом» - указана сущность такого потребительского мотива как _____

- a) мотив моды
- b) утилитарный мотив
- c) эстетический мотив
- d) мотив традиции

114) Действующий Федеральный закон N 38-ФЗ «О рекламе» вступил в силу с 1 июля 2006 года

- a) 2006
- b) 1995
- c) 2002
- d) 2014

115) Согласно закона «О рекламе» «реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации» - приведено определение _____ рекламы

- a) ненадлежащей
- b) спонсорской

- c) социальной
- d) добросовестной

116) Согласно закона «О рекламе» «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» - приведено определение _____ рекламы

- a) социальной
- b) спонсорской
- c) добросовестной
- d) ненадлежащей

117) «Правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность и компетентность» - перечислены черты _____ рекламы

- a) добросовестной
- b) ненадлежащей
- c) недостоверной
- d) неэтичной

118) «Изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо» - это

- a) рекламодатель
- b) рекламопроизводитель
- c) рекламораспространитель
- d) потребитель рекламы

119) «Лицо, на привлечение внимания которого к объекту рекламирования направлена реклама» - это

- a) потребитель рекламы
- b) рекламодатель
- c) рекламопроизводитель
- d) рекламодатель

120) «Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму» - это

- a) рекламопроизводитель
- b) рекламодатель
- c) рекламодатель
- d) потребитель рекламы

121) «Лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств» - это

- a) рекламодатель
- b) рекламодатель
- c) потребители рекламы
- d) рекламопроизводитель

122) «Лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности» - это

- a) спонсор
- b) рекламодатель
- c) потребители рекламы
- d) рекламопроизводитель

- 123) «... базируется на новейших достижениях различных наук и технического прогресса – искусство, социология, психология, медицина, эргономика, дизайн и др.» - указана сущность такой черты добросовестной рекламы как
- a) компетентность
 - b) конкретность
 - c) целенаправленность
 - d) гуманность
- 124) «черта, обязывающая организатора рекламного мероприятия приводить сведения о государственных услугах, их качестве, достоинствах и преимуществах, соответствующие действительности» - указана сущность такой черты добросовестной рекламы как
- a) правдивость
 - b) конкретность
 - c) целенаправленность
 - d) гуманность
- 125) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" вступил в силу в _____ году
- a) 2006
 - b) 1993
 - c) 2001
 - d) 2012
- 126) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления» термин «_____»
- a) информация
 - b) информационные технологии

- c) информационная система
- d) информационно-телекоммуникационная сеть

127) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов» термин «_____»

- a) информационные технологии
- b) информационная система
- c) информационно-телекоммуникационная сеть
- d) информация

128) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств» термин «_____»

- a) информационная система
- b) информация
- c) информационно-телекоммуникационная сеть
- d) информационные технологии

129) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «технологическая система, предназначенная для передачи по линиям связи информации, доступ к которой осуществляется с использованием средств вычислительной техники» термин «_____»

- a) информационно-телекоммуникационная сеть
- b) информация

- c) информационные технологии
- d) информационная система

130) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «возможность получения информации и ее использования» термин «_____»

- a) доступ к информации
- b) конфиденциальность информации
- c) предоставление информации
- d) распространение информации

131) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «обязательное для выполнения лицом, получившим доступ к определенной информации, требование не передавать такую информацию третьим лицам без согласия ее обладателя» термин «_____»

- a) конфиденциальность информации
- b) предоставление информации
- c) распространение информации
- d) доступ к информации

132) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «действия, направленные на получение информации определенным кругом лиц или передачу информации определенному кругу лиц» термин «_____»

- a) предоставление информации
- b) доступ к информации
- c) распространение информации
- d) конфиденциальность информации

133) Федеральный закон N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц» термин «_____»

- a) распространение информации
- b) доступ к информации
- c) конфиденциальность информации
- d) предоставление информации

134) В статье 3 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" установлено ровно _____ Принципов правового регулирования отношений в сфере информации, информационных технологий и защиты информации

- a) восемь
- b) пять
- c) семь
- d) двенадцать

135) Закон РФ № 2124-І «О средствах массовой информации» датирован 27 декабря _____ года

- a) 1991
- b) 1992
- c) 2001
- d) 1999

136) Согласно Статье 1 Закона РФ «О средствах массовой информации» В Российской Федерации не подлежат ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации о средствах

массовой информации «поиск, получение, производство и _____ массовой информации»

- a) распространение
- b) искажение
- c) хранение
- d) интерпретация

137) Согласно Статье 1 Закона РФ «О средствах массовой информации» В Российской Федерации не подлежат ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации «изготовление, приобретение, хранение и _____ технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации»

- a) эксплуатация
- b) продажа
- c) подделка
- d) утилизация

138) Согласно Статье 1 Закона РФ «О средствах массовой информации» В Российской Федерации не подлежат ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации «учреждение средств массовой информации, владение, пользование и _____»

- a) распоряжение ими
- b) преследование их
- c) их цензура
- d) их подкуп

139) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы»

- a) массовой информацией
- b) средством массовой информации
- c) продукцией средства массовой информации
- d) специализированным средством массовой информации

140) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма ...»

- a) средством массовой информации
- b) продукцией средства массовой информации
- c) распространением продукции средства массовой информации
- d) специализированным средством массовой информации

141) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск телеканала, радиоканала, радиопрограммы, телепрограммы ...»

- a) продукцией средства массовой информации
- b) массовой информацией
- c) распространением продукции средства массовой информации
- d) специализированным средством массовой информации

142) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимаются продажа,

подписка, доставка, раздача периодического печатного издания, аудио- или видеозаписи программы, вещание телеканала, радиоканала ...»

- a) распространением продукции средства массовой информации
- b) массовой информацией
- c) специализированным средством массовой информации
- d) средством массовой информации

143) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого настоящим Законом установлены специальные правила»

- a) специализированным средством массовой информации
- b) массовой информацией
- c) средством массовой информации
- d) продукцией средства массовой информации

144) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимается лицо, возглавляющее редакцию и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации»

- a) главным редактором
- b) журналистом
- c) распространителем
- d) вещателем

145) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой

сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации ...»

- a) журналистом
- b) распространителем
- c) вещателем
- d) главным редактором

146) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях»

- a) распространителем
- b) главным редактором
- c) вещателем
- d) журналистом

147) Согласно Статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» Для целей настоящего Закона «под _____ понимается российское юридическое лицо, осуществляющее формирование телеканала или радиоканала и его распространение в установленном порядке на основании лицензии на телевизионное вещание, радиовещание»

- a) вещателем
- b) главным редактором
- c) журналистом
- d) распространителем

148) Согласно Статье 3 Закона РФ «О средствах массовой информации» цензура в РФ

- a) недопустима

- b) используется в детских изданиях
- c) обязательна
- d) используется в военных изданиях

149) Журналист в нашей стране традиционно имеет _____ в доступе к государственным информационным ресурсам, в сравнении с рядовым гражданином

- a) больше прав
- b) исключительность
- c) меньше прав
- d) равенство

150) Государственную политику в РФ в области лицензирования радио- и телевидения вырабатывает и проводит _____ комиссия по телерадиовещанию

- a) Федеральная
- b) Общественная
- c) Региональная
- d) Местная

151) В российском Законе о СМИ сказано, что граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации _____ сведений о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц

- a) достоверных
- b) любых
- c) интересных
- d) интимных

- 152) Статья Закона о СМИ «Обязанности журналиста» гласит: «Журналист обязан _____ достоверность сообщаемой им информации»
- a) проверять
 - b) проверить
 - c) контролировать
 - d) знать
- 153) Закон РФ № 5485-1 «О государственной тайне» датирован 21 июля _____ года
- a) 1993
 - b) 1991
 - c) 2003
 - d) 2013
- 154) Согласно Закона РФ от 21 июля 1993 г. № 5485-1 «О государственной тайне» «_____ информация представляет собой сведения, доступ к которым ограничен с целью соблюдения прав и законных интересов физических или юридических лиц, являющихся их владельцами, источниками или субъектами
- a) Конфиденциальная
 - b) Личная
 - c) Тайная
 - d) Интимная
- 155) Международный пакт о гражданских и политических правах был принят в _____ году Генеральной Ассамблеей ООН
- a) 1966
 - b) 1948
 - c) 1956
 - d) 2001

- 156) Согласно Конституции РФ, уголовная ответственность за нарушения в сфере массовой информации находится
- a) исключительно в ведении федерации
 - b) в совместном ведении федерации и региона РФ
 - c) в ведении региона РФ
 - d) в ведении местного самоуправления
- 157) Совнарком принял Декрет о печати _____ 1917 года
- a) 27 октября
 - b) 25 октября
 - c) 28 октября
 - d) 29 октября
- 158) Способствовавший бурному развитию издательского и журналистского дела в России Указ «О вольных типографиях» датирован _____ годом
- a) 1783
 - b) 1761
 - c) 1861
 - d) 1905
- 159) Первый номер «Ведомостей о военных и иных делах, достойных знания и памяти, случившихся в Московском государстве и в иных окрестных странах» вышел в свет в _____ году
- a) 1702
 - b) 1613
 - c) 1801
 - d) 1761

- 160) Правительственные постановления являются в нормативной базе СМИ Российской Федерации
- a) подзаконными актами
 - b) основными нормативными документами
 - c) законами
 - d) желательными к исполнению просьбами
- 161) Обязанности журналиста изложены в статье _____ Закона «О средствах массовой информации».
- a) 49
 - b) 1
 - c) 3
 - d) 47
- 162) Статья 47 Закона «О средствах массовой информации» даёт журналисту право искать, запрашивать, получать и _____ информацию
- a) распространять
 - b) толковать
 - c) удалять
 - d) хранить
- 163) Авторское право – это право, возникающее вследствие _____ и _____ произведений науки, литературы и искусства
- a) создания и использования
 - b) ограничения и контроля
 - c) распространения и продажи
 - d) популяризации и массовизации

- 164) Телевидение реализует концепцию социальной информации, объединяющую в себе просветительское, познавательное и _____ направления
- a) прогностическое
 - b) развлекательное
 - c) научное
 - d) дискуссионное
- 165) Основной метод предварительной защиты авторских прав – обеспечить себя доказательствами существования объектов авторских прав на определенную дату, называется – защита _____
- a) приоритета
 - b) превентивности
 - c) первенства
 - d) первичности
- 166) Субъективные авторские права разделены на две группы: личные _____ и _____ права
- a) неимущественные и имущественные
 - b) неосновные и основные
 - c) неличные и личные
 - d) международные и национальные
- 167) Положение, гласящее, что «Лицо, указанное в качестве автора на оригинале или экземпляре произведения, считается его автором, если не доказано иное» есть _____ авторства
- a) презумпция
 - b) идея
 - c) смысл
 - d) гарантия

168) Радио в настоящее время является ведущим СМИ в области распространения

- a) музыкальной культуры
- b) рекламы
- c) политической культуры
- d) морали

169) В России первые информационные агентства появились

- a) после реформ Александра II
- b) в правление Петра I
- c) в первые годы царствования Николая II
- d) при Екатерине II

170) В сетевых СМИ представлены три вида жанров: _____, аналитические и художественно-публицистические

- a) информационные
- b) эротические
- c) развлекательные
- d) военные

171) Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"»

- a) сайт в сети "Интернет"
- b) страница сайта в сети "Интернет"

- c) доменное имя
- d) сетевой адрес

172) Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «часть сайта в сети "Интернет", доступ к которой осуществляется по указателю, состоящему из доменного имени и символов, определенных владельцем сайта в сети "Интернет"»

- a) страница сайта в сети "Интернет"
- b) доменное имя
- c) сетевой адрес
- d) сайт в сети "Интернет"

173) Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети "Интернет" в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети "Интернет"»

- a) доменное имя
- b) сайт в сети "Интернет"
- c) сетевой адрес
- d) страница сайта в сети "Интернет"

174) Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет как «идентификатор в сети передачи данных, определяющий при оказании телематических услуг связи абонентский терминал или иные средства связи, входящие в информационную систему»

- a) сетевой адрес
- b) сайт в сети "Интернет"

- c) страница сайта в сети "Интернет"
- d) доменное имя

175) Впервые цензура была отменена законом в

- a) СССР
- b) Российской Федерации
- c) Российской Империи
- d) Московском Царстве

176) Родовой термин в определении понятия «средство массовой информации» по Закону РФ о СМИ есть «_____»

- a) форма
- b) содержание
- c) способ
- d) цель

177) Массовый характер информации Закону РФ о СМИ говорит о её доступности для _____ круга лиц

- a) неограниченного
- b) ограниченного
- c) закрытого
- d) особого

178) Периодичность выхода СМИ в свет определена в статье 2 Закона РФ о СМИ – «не реже одного раза в _____»

- a) год
- b) месяц
- c) полугодие
- d) неделю

- 179) Темпоральный аспект распространения массовой информации Закона РФ о СМИ включает в себя понятие _____
- a) одновременности
 - b) этапности
 - c) распространения во времени
 - d) разновременности
- 180) Закон РФ о СМИ в отношении понятия «учредитель СМИ»
- a) определяет круг лиц, которые могут им стать, но определения не даёт
 - b) даёт определение, но не определяет круг лиц, которые могут им стать
 - c) не определяет круг лиц, которые могут им стать, и определения не даёт
 - d) определяет круг лиц, которые могут им стать, и даёт определение
- 181) Согласно положению Закона РФ о СМИ, минимальный возраст учредителя СМИ – _____ лет
- a) 18
 - b) 21
 - c) 25
 - d) 35
- 182) Согласно положению Закона РФ о СМИ, иностранец может быть учредителем СМИ в РФ
- a) только как юридическое лицо (например – владелец фирмы учредителя)
 - b) как физическое лицо
 - c) как компаньон
 - d) как представитель другого иностранца
- 183) Документом, который по Закону РФ о СМИ лежит в основе деятельности средства массовой информации, является «учредительный договор», заключаемый между учредителем и _____

- a) редакцией
- b) издателем
- c) органом местного самоуправления
- d) государственным органом

184) Требования Закона РФ о СМИ к содержанию учредительного договора носят _____ характер

- a) рекомендательный
- b) обязательный
- c) умозрительный
- d) надзорный

185) В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 15 Закона о СМИ отсутствие принятого и/или утверждённого устава редакции является основанием для обращения регистрирующего органа (МПТР) в _____

- a) суд
- b) полицию
- c) прокуратуру
- d) местный орган власти

186) Согласно положению Закона РФ о СМИ, в уставе редакции могут быть предусмотрены _____ обязательства учредителя

- a) любые, не противоречащие законодательству
- b) любые, не противоречащие морали
- c) любые, не противоречащие законодательству и морали
- d) любые, не противоречащие законодательству, морали и религии

187) Согласно положению Закона РФ о СМИ, копию устав редакции средства массовой информации необходимо направить в орган, зарегистрировавший

СМИ, не позднее чем в течение _____ со дня первого выхода в свет (в эфир) данного средства массовой информации

- a) трёх месяцев
- b) месяца
- c) года
- d) десяти дней

188) Законодательство РФ предусматривает, что название издания или программы в качестве изобразительного и словесного товарного знака регистрируется на _____ лет

- a) 10
- b) 25
- c) 5
- d) 15

189) Название издания или программы в качестве изобразительного и словесного товарного знака носит наименование « _____ »

- a) логотип
- b) герб
- c) эмблема
- d) символ

190) Порядок принятия и утверждения устава редакции закреплен в статье _____ Закона о СМИ

- a) 20
- b) 47
- c) 2
- d) 1

- 191) Согласно положению Закона РФ о СМИ, устав редакции средства массовой информации принимается
- a) на общем собрании коллектива журналистов
 - b) лично учредителем
 - c) учредителем и издателем
 - d) учредителем, издателем и главным редактором
- 192) Согласно положению Закона РФ о СМИ, при принятии устава редакции средства массовой информации интересы учредителя учтены в том, что без его одобрения
- a) принятый устав не может вступить в силу
 - b) не может быть проведено общее собрание
 - c) не назначается заработная плата журналистов редакции
 - d) не начинается издание (эфир) данного СМИ
- 193) Согласно положению Закона РФ о СМИ, «штатными сотрудниками» редакции являются лица
- a) с которыми редакцией заключён трудовой договор
 - b) имеющие статус корреспондента
 - c) работающие в редакции по гражданско-правовым договорам
 - d) работающие в редакции по авторским договорам
- 194) Согласно положению Закона РФ о СМИ, переизбрание главного редактора редакции средства массовой информации происходит _____ данного СМИ
- a) на основании процедуры, предусмотренной Уставом
 - b) волевым решением Учредителя
 - c) волевым решением Издателя
 - d) по ходатайству простого большинства журналистов

- 195) В западных странах государство _____ вмешивается в массово-информационную деятельность, в сравнении с Россией
- a) в меньшей степени
 - b) в равной степени
 - c) в большей степени
 - d) вообще не
- 196) Государственное регулирование (контроль) телерадиовещания состоит в
- a) лицензировании
 - b) включение в редакцию ответственного сотрудника
 - c) просмотре ответственным сотрудником всего эфира
 - d) цензуре телерадиовещания
- 197) Для того, чтобы преподавать журналистику, вуз в РФ должен
- a) пройти государственную аттестацию и получить лицензию на занятие образовательной деятельностью
 - b) только пройти государственную аттестацию
 - c) только получить лицензию на занятие образовательной деятельностью
 - d) в инициативном порядке уведомить соответствующий государственный орган и начале преподавания
- 198) В РФ эфир принадлежит
- a) всему обществу
 - b) государству
 - c) группе олигархов
 - d) одной, выдающейся национальности
- 199) В развитых странах Европы, Северной Америки, Азии, в Австралии вещание состоит из _____ и частных вещателей
- a) общественных

- b) государственных
- c) коммерческих
- d) общих

200) Каналы массовой коммуникации используются политическими силами в виде реализации _____ выхода на широкую массовую аудиторию

- a) возможности
- b) необходимости
- c) преодоления запрета
- d) установления запрета

201) Ведущая роль массовой коммуникации в системе политических коммуникаций обусловлена _____

- a) коммуникативным потенциалом
- b) требованием закона
- c) положением морали
- d) обычаями и традициями

202) Вариативность политической коммуникации проявляется в том, что на информационном рынке каждый из коммуникаторов осуществляет

- a) собственные политические стратегии
- b) государственную политику
- c) интересы рекламодателя
- d) законы политического шоу

203) «Приказ, убеждение» являются _____ ТИПОМ политических сообщений, передаваемых посредством коммуникации

- a) побудительным
- b) информативным
- c) фактическим

d) мифическим

204) «Реальные или вымышленные сведения» являются _____ типом политических сообщений, передаваемых посредством коммуникации

a) информативным

b) фактическим

c) мифическим

d) побудительным

205) «Сведения, связанные с установлением и поддержанием контакта между субъектами политики» являются _____ типом политических сообщений, передаваемых посредством коммуникации

a) фактическим

b) побудительным

c) мифическим

d) информативным

206) Для осуществления основных политических действий в информационном пространстве – агитации и пропаганды, паблик рилейшнз и рекламы – коммуникатору требуются знания _____ профессионального уровня

a) метакоммуникативного

b) экстракоммуникативного

c) псевдокоммуникативного

d) контркоммуникативного

207) Массовая коммуникация – наиболее _____ коммуникативная система

a) глобальная

- b) лживая
- c) продажная
- d) ангажированная

208) Предвыборная агитация в СМИ прекращается за _____ до дня голосования

- a) сутки
- b) неделю
- c) два дня
- d) десять дней

209) Журналистам и редакциям закон о выборах _____ высказывать собственное мнение по ходу выборов

- a) запрещает
- b) разрешает
- c) предписывает
- d) рекомендует

210) В течение _____ дней после выборов редакции должны представить в избирательную комиссию финансовый отчёт о размещённой агитации для сверки этих данных с отчётом о расходовании средств из фонда кандидатов

- a) 10
- b) 2
- c) 5
- d) 30

211) За соблюдением законодательства о выборах в РФ следит

- a) Центральная избирательная комиссия
- b) Президент РФ
- c) Правительство РФ

d) Верхняя Палата Парламента РФ

212) Под _____ средством массовой информации Закон РФ о СМИ понимает периодическое издание или программу, которые в целом и систематически эксплуатируют интерес к сексу

- a) эротическим
- b) порнографическим
- c) сексуальным
- d) развратным

213) Верховный суд США по делу «Миллер против штата Калифорния» 1973 года разграничил произведения _____ и порнографические

- a) непристойные
- b) эротические
- c) развратные
- d) сексуальные

214) Защита от посягательств на честь, достоинство и репутацию установлена в высшем правовом акте государства – _____ РФ

- a) Конституции
- b) Гражданском Кодексе РФ
- c) Федеральном Законе
- d) Уголовном Кодексе

215) Право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну гарантируется гражданам статьёй Конституции РФ

- a) 23
- b) 24
- c) 1

d) 9

216) Исключение в Законе о СМИ об обязанностях журналиста на получение согласия на распространение в средстве массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей делается для случаев, когда это

- a) необходимо для защиты общественных интересов
- b) нужно для рейтинга издательства (канала)
- c) является авторским приёмом данного журналиста
- d) оплачено редакцией

217) Статья 130 УК РФ определяет оскорбление как унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в _____ форме

- a) неприличной
- b) язвительной
- c) юмористической
- d) саркастической

218) Судебные дела, где одной из сторон выступает средство массовой информации, разбираются в соответствии со статьёй _____ Гражданского кодекса РФ, которая называется «Защита чести, достоинства и деловой репутации»

- a) 152
- b) 150
- c) 2
- d) 160

219) Под _____ в объективном смысле понимается оценка деятельности человека коллективом, обществом, признание его заслуг и положительных качеств

- a) честью
- b) достоинством
- c) правом
- d) деловой репутацией

220) По законодательству РФ Истец доказывать свою правоту в суде

- a) не должен
- b) должен частично
- c) должен в полной мере
- d) может по собственной инициативе

221) «_____» являются не соответствующие действительности и умаляющие честь и достоинство гражданина либо деловую репутацию гражданина или юридического лица сведения

- a) порочащими
- b) обидными
- c) ложными
- d) оскорбительными

222) Для подачи иска в суд с требованием опровержения и защиты чести и достоинства, деловой репутации в порядке статьи 152 срок исковой давности

- a) не предусмотрен
- b) составляет один год
- c) равен трем годам
- d) составляет двадцать пять лет

223) Извинения редакции или автора материала уместны и возможны, но только в том случае, если они приносятся ими

- a) добровольно
- b) на коленях

- c) в слезах
- d) с юмором

224) Деловая репутация – _____ мнение о деловых, профессиональных качествах человека или организации в сфере её производственной, торговой или иных видов деятельности

- a) общественное
- b) личное
- c) особое
- d) коммерческое

225) Кризисные явления, проявляющиеся в виде стресса, индивидуального и коллективного, возникновении чувства неуверенности, паники, страха за будущее и т.п. называются

- a) психологическими
- b) организационным
- c) политическим
- d) экономическим

226) Кризисные явления, вызванные естественными условиями жизни и деятельности человека, называются

- a) природными
- b) психологическими
- c) организационными
- d) экономическими

227) Кризисные явления, наступающие как этап развития, прогнозируемые и вызванные объективными причинами, называются

- a) предсказуемыми
- b) неожиданными

- c) организационными
- d) экономическими

228) Кризисные явления, ведущие к разрушению различных структур социально-экономической системы, называются

- a) глубокими
- b) предсказуемыми
- c) неожиданными
- d) организационными

229) Кризисные явления, которые легче предвидеть и легко управляемые, называются

- a) лёгкими
- b) глубокими
- c) предсказуемыми
- d) неожиданными

230) В предотвращении кризиса или минимизации его последствий главная цель внешнекорпоративной работы служб связей с общественностью и ее целевыми группами – создание политики _____

- a) открытости
- b) величия
- c) тайны
- d) мудрости

Учебно-методическое издание

Черепанов Всеволод Дмитриевич

Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях

Сборник тестовых заданий

Изд. № 328-18

Тираж 70 экз.

Москва, Копировальный центр PrintSide