**Тесты для 5 курса студентов, обучающихся по специальности «Реклама»:**

**Массовые коммуникации и медиапланирование**

**1. Какой из видов коммуникации характеризуется неличным общением в присутствии каких-либо посредников?**

1. Межличностная;
2. Массовая коммуникация;
3. Групповая коммуникация;
4. Межгрупповая коммуникация

**2. Какой из видов коммуникации характеризуется распространением информации на численно большие, рассредоточенные аудитории?**

1. Межличностная коммуникация;
2. Массовая коммуникация;
3. Групповая коммуникация;
4. Межгрупповая коммуникация

**3. Расположите этапы передачи и восприятия сообщения в процессе коммуникации в логической последовательности.**

1. Вербализация (проговаривание);
2. Невербальное поведение;
3. Восприятие вербального сообщения;
4. Осмысление идеи;
5. Осознание идеи для сообщения;
6. Восприятие невербального поведения;

**4. Что является предметом любого коммуникативного воздействия в первую очередь?**

1. Поведение человека;
2. Состояние человека;
3. Духовно-психологическая сфера человека;
4. Отношение человека

**5. Какая из перечисленных характеристик не входит в понятие информационной деятельности?**

a) Создание информации;

1. Размножение информации;
2. Отмывание информации;
3. Сохранение информации

**6. Кто из российских мыслителей** и **ученых является основоположником Тартусско-Московской семиотической школы?**

1. В**.** Вернадский;
2. M. Бахтин;
3. Р. Якобсон;
4. Ю. Лотман

**7. Процесс рекламной коммуникации можно представить в виде совокупности элементов:**

1. коммуникатор — сообщение — реципиент;
2. коммуникатор — сообщение — канал распространения сообщения — реципиент;
3. коммуникатор — реципиент;
4. коммуникатор — канал распространения сообщения — реципиент

**8. Кто из перечисленных ниже мыслителей и исследователей коммуникационных процессов является автором пятизвенной модели политической коммуникации?**

1. У. Шрамм;
2. Аристотель;
3. Г.Лассуэлл;
4. Т.Адорно

**9. Какой из указанных каналов коммуникации относится к Системе средств массовой информации?**

1. Рекламное агентство;
2. Авиалинии;
3. Почтовые перевозки;
4. Автомагистрали

**10. Какой из указанных процессов определяет тенденции развития средств массовой коммуникации?**

1. Концентрация СМИ;
2. Регионализация СМИ;
3. Глобализация СМИ;
4. Централизация СМИ

**Часть II**

**Медиапланирование**

**1. Медиапланирование — это вид деятельности, который предполагает:**

1. Разработку рекламной стратегии;
2. Обоснование рекламной идеи;
3. Разработку медиаплана;
4. Выбор творческой рекламной стратегии

**2. Какой из перечисленных критериев лежит в основе выбора СМИ в качестве рекламоносителя?**

1. Стоимость одного пункта рейтинга;
2. Рейтинг;
3. Личное влияние;
4. Максимальная эффективная частота контактов

**3. Какой из указанных терминов относится к стоимостным характеристикам медиаплана?**

1. Охват аудитории;
2. Стоимость охвата одной тысячи зрителей;
3. Суммарный рейтинг;
4. Частота рекламных контактов

**4. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании нового товара?**

1. Схема для обычного цикла приобретения;
2. Схема «обратный клин»;
3. Схема осведомленности;
4. Схема сезонного опережения

**5. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании уже известного на рынке товара?**

1. Блиц-схема;
2. Схема «быстрая мода»;
3. Схема переменного охвата;
4. Клинообразная схема

**6. Распределите перечисленные справа характеристики таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева.**

1. Медиаисследования
2. Рекламный шар
3. Цикл рекламирования;
4. Стоимость одного пункта рейтинга;
5. Охват аудитории;
6. Рейтинг;
7. Доля аудитории;
8. Медиапредпочтения потребителей

**7. Какой из приведенных ниже показателей рассчитывается по формуле:**

число телезрителей, видевших рекламу не менее n раз/общая численность потенциальных телезрителей \* 100%.

1. GRP;
2. Share;
3. Frequency;
4. Reach

**8. Потенциальной аудиторией телеканала называется аудитория:**

1. Всех домохозяйств данного региона, имеющих телеприемники независимо от того, включены они или нет;
2. Всех домохозяйств данного региона, в которых включены телеприемники;
3. Всех домохозяйств данного региона, смотрящая в данный момент телеприемники;
4. Вся целевая аудитория данной рекламы

**9. Какая из указанных медиастратегий при проведении рекламной кампании предполагает использование нескольких видов маркетинговых коммуникаций?**

1. Mix communication (стратегия ИМК);
2. Mix-media (стратегия смешанных средств массовой коммуникации);
3. Стратегия «Одного СМИ»;
4. BTL

**10. Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «сумма рейтингов всех размещений рекламы, предусмотренных в медиаплане»?**

1. GRP;
2. Share;
3. Frequency;
4. Reach К: а

**11. Какой из перечисленных видов исследования относится к исследованиям СМИ?**

1. Опросы с целью определения уровня осведомленности о торговой марке;
2. Опросы с целью анализа структуры потребления аудитории носителя;
3. Качественный анализ уже состоявшихся или планируемых рекламных кампаний конкурентов;
4. Определение уровня личного влияния

**12. Какой из перечисленных видов исследований относится к определению коммуникативной эффективности рекламы?**

1. Опросы с целью определения уровня осведомленности о торговой марке;
2. Опросы с целью анализа структуры потребления аудитории носителя;
3. Качественный анализ ужесостоявшихся или планируемых рекламных кампаний конкурентов;
4. Определение уровня личного влияния