



Система менеджменту якості.
ПОЛОЖЕННЯ
про навчально-методичний комплекс
з навчальної дисципліни

Шифр
документа

СМЯ НАУ НМК 15.01.09-
01-2019

Стор. 1 з 8

Типові тестові завдання
Факультет міжнародних відносин

Кафедра _____ реклами і зв'язків з громадськістю _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ А. Іващук
(підпис)

(ПБ)

« _____ » _____ 20__ р.

ТИПОВІ ТЕСТИ

з дисципліни «Брендинг»



1. Яке поняття ототожнюють з поняттям «бренд»?

- а) імідж;
- б) сила;
- в) позначення;
- г) реклама.

2. Яке поняття ототожнюють з поняттям «бренд»?

- а) репутація;
- б) влада;
- в) позначення;
- г) реклама.

3. Яке поняття ототожнюють з поняттям «імідж»?

- а) репутація;
- б) влада;
- в) позначення;
- г) реклама.

4. Яке поняття ототожнюють з поняттям «репутація»?

- а) бренд;
- б) влада;
- в) сумісність;
- г) реклама.

5. Яке поняття ототожнюють з поняттям «імідж»?

- а) бренд;
- б) влада;
- в) позначення;
- г) реклама.

6. Яке поняття ототожнюють з поняттям «репутація»?

- а) імідж;
- б) влада;
- в) конкурентоспроможність;
- г) реклама.

7. Цілеспрямовано сформований образ (особи, явища, предмета), який відокремлює певні ціннісні характеристики, покликаний емоційно-психологічно впливати на будь-кого з метою популяризації, реклами – це:



- а) воля;
- б) імідж;
- в) процес адаптації;
- г) організація.

8. Які функції виконує імідж?

- а) інформаційну, спонукальну, пізнавальну;
- б) забезпечення, виконавчу;
- в) пізнавальну (інформаційну), номінативну, естетичну;
- г) захисну, естетичну.

9. З яких образів складається імідж людини

- а) внутрішній, зовнішній;
- б) перший, заключний;
- в) головний, другорядний;
- г) вступний, підсумовуючий.

10. Думка про особу у групи людей в результаті сформованого у їхній психіці образу цієї особи, що виник у результаті їх прямого контакту з цією людиною чи внаслідок отриманої про цю людину інформації від інших людей – це:

- а) імідж людини;
- б) мислення про людину;
- в) характеристика людини;
- г) відгук про людини.

11. Імідж людини – це те:

- а) як вона виглядає в очах інших;
- б) що про неї думає директор;
- в) як вона ставиться до своїх обов'язків;
- г) мета компанії.

12. До якого образу іміджу людини можна віднести одяг, речі, міміку, пози і жести?

- а) внутрішнього;
- б) зовнішнього;
- г) першого;
- в) вступного.



13. До якого образу іміджу людини можна віднести вміння правильно налагодити спілкування, позитивні якості особистості, вміння розуміти людей і вміння справляти враження?

- а) внутрішнього;
- б) зовнішнього;
- г) основного;
- в) вступного.

14. Зі скількох складових складається поняття “імідж” для особи?

- а) 7;
- б) 3;
- в) 6;
- г) 5.

15. Сукупне сприйняття конкретного підприємства споживачами, діловими партнерами, громадськими організаціями, контактними аудиторіями та персоналом – це:

- а) імідж організації;
- б) статус організації;
- в) фірма;
- г) процес встановлення.

16. Фінансова спроможність цієї організації, ефективність управління та організаційна культура – це?

- а) складові іміджу для організації;
- б) функції іміджу для організації;
- в) завдання іміджу;
- г) цілі іміджу.

17. Візуальні символи, події (фестивалі, спортивні турніри, виставки), персонажі формують імідж?

- а) підприємства;
- б) території;
- в) вузла;
- г) людини.

18. Образ, що можна створити за допомогою слів та ідей?

- а) особа;
- б) істота;



- в) авторитет;
- г) імідж.

19. Що створюється конкретними діями та вчинками?

- а) бренд;
- б) репутація;
- в) імідж;
- г) немає правильної відповіді.

20. Репутацію особи, організації та території формують однакові фактори?

- а) так;
- б) ні.

21. Чи вірне твердження що : з початку ХХ ст у зв'язку з розвитком масового виробництва основною проблемою для виробника стало питання не як виробити", а як продати"?

- А так;
- Б ні.

22. До нематеріальних конкурентних переваг за споживача відносимо:

- А репутація фірми (якість, стиль)
- Б популярність товарного знаку
- В асоціювання товару певної торгівельної марки з приналежністю його споживача до того або іншого соціального шару/групи, рівню достатку
- Г. немає правильної відповіді

23. Чи правильно, що :брендовий (брендований) товар або послуга - це не просто продукт плюс назва, це якісь знання, отримані своїм і обов'язково підтверджені чужим (знайомих, знайомих знайомих і, звичайно ж, ЗМІ) досвідом?

- 24. А так;
- 25. Б ні.

26. Брендом можуть бути:

- А фірмове найменування, товарний знак
- Б немає правильної відповіді
- В послуга
- Г ім*я

27. Скільки класів містить Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків

- А 32



Б 45
В 42
Г 35

28. Чи вірне твердження: Головна проблема існування культур в умовах такої експансії полягає в збереженні культурних ідентичностей на всіх рівнях.?

Так
Ні

29. Мета національної культури:

- А збереження культурної ідентичності і зміцнення духовного зв'язку між поколіннями.
- Б зміцнення культурної ідентичності і збереження духовного зв'язку між поколіннями.
- В зміцнення культурної ідентичності
- Г зміцнення духовного зв'язку між поколіннями

28. Чи вірне твердження : найголовніший культурний бренд Дніпропетровщини – Петриківський розпис.

А Так
Б Ні

29. Моделі бренду особи, які лежать в основі іміджу

- А ситуативна модель, рольова модель, культурний фактор
- Б рольова модель, поведінкова модель, культурна модель
- В ситуативна модель, культурна модель, рольова модель
- Г немає правильної відповіді.

30. Чи вірне твердження: ‘Виборець голосує в першу чергу за особистість, а аж ніяк не за програму ‘

А Так
Б Ні
В Частково

31. Політичні партії це

- А масові політичні організації , в яких лідерство не може бути розподілено серед кількох політиків
- Б немасові політичні організації , в яких керівництво може бути розподілено серед кількох політиків



В масові політичні організації , в яких лідерство може бути розподілено серед кількох політиків

Г немає правильної відповіді.

32. Скільки виділяють основних стратегій брендингу території (країни):

А 4

Б 3

В 2

Г 5

33. Що таке культура?

А немає правильної відповіді.

Б це галузь, це сфера діяльності людей, де відбувається духовне життя людей, утверджуються норми моралі та гуманістичні ідеї, моральні засади в суспільному житті.

В це галузь суспільства, де люди вчаться норм моралі.

Г це сфера духовного життя.

34. В галузі культури та мистецтва за видом надання послуг виділяють такі заклади:

А телебачення, радіомовлення;

Б культосвітні

В театральні-видовищні,

Г з виробництва друкованої продукції

35. До театральних-видовищних послуг відносять:

А немає правильної відповіді

Б бібліотеки, музеї, виставочні зали

В театри всіх видів та жанрів, концертні зали, філармонії, цирку, кінотеатри

Г книжкової, журнальної, газетної продукції

36. Фактори, що впливають на кількість закладів культури:

А чисельність населення держави,

Б характер розселення по території,

В кількість сільських населених пунктів,

Г кількість міст різної чисельності, склад,



Система менеджменту якості.
ПОЛОЖЕННЯ
про навчально-методичний комплекс
з навчальної дисципліни

Шифр
документа

**СМЯ НАУ НМК 15.01.09-
01-2019**

Стор. 8 з 8