

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 25.06.2026 14:01:12
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Введение в профессиональную деятельность, СЕМЕСТР 1

Код, направление подготовки	43.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
УК-6.1 УК-6.2	Укажите один правильный ответ 1. Вид коммуникации между клиентом и рекламодателем с целью распространения оплаченной позитивной информации и привлечения новых людей (потенциальных клиентов) к товару или услуге называется ...	1) пресс-релиз 2) пост-релиз 3) реклама 4) маркетинг-кит 5) прямая продажа	низкий
УК-6.1 УК-6.2	Укажите один правильный ответ 2. Ввиду гигантского увеличения информационного потока аудитория постепенно переходит от линейного, сплошного чтения / просмотра / прослушивания материала к...	1) серфингу (выборочному чтению текста по заголовкам, фрагментам текста, фотографиям) 2) отказу от чтения и просмотра каких-либо материалов вообще 3) чтению конспектов материалов 4) прослушиванию аудиокниг вместо чтения 5) просмотру you-tube-канала	низкий
УК-6.1 УК-6.2	Укажите один правильный ответ 3. К презентационным PR-мероприятиям относится:	1) укрепление кадрового состава компании 2) промо-акции, сэмплинги, дегустации 3) развитие у сотрудников корпоративной гордости 4) e-mail-рассылка 5) личные телефонные звонки	низкий
УК-6.1 УК-6.2	Укажите один правильный ответ 4. Процесс интеграции традиционных и новых медиа, который сопровождается дублированием контента и/или созданием альтернативных медиаплощадок – это ...	1) SMM 2) SEO-оптимизация 3) создание сайта организации 4) процесс регистрации и аккредитации СМИ 5) медиаконвергенция	низкий
УК-6.1 УК-6.2	Укажите один правильный ответ 5. Пилокарпин относится к группе	1) адrenomиметики 2) адреноблокаторы 3) местные анестетики	низкий

		4) холиномиметики 5) холиноблокаторы	
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 6. К методам PR можно отнести:	1) облагораживание окружающей среды в городе или регионе, где работает организация 2) отношения со средствами массовой информации (паблисити) 3) отношения с персоналом 4) отношения с финансовым сообществом 5) отношения с властными структурами 6) отношения с местным населением	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 7. Основные участники рекламного процесса – это...	1) рекламодатель 2) рекламопроизводитель 3) рекламораспространитель 4) коммерческий директор 5) СМИ 6) рекламополучатель	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все неверные ответы 8. К функциям связей с общественностью относятся	1) достижение взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью 2) создание «положительного образа» фирмы 3) сохранение репутации фирмы 4) разработка технологической продуктовой линии компании 5) создание у сотрудников организации чувства ответственности и заинтересованности в делах предприятия 6) продажа информационных материалов в СМИ 7) расширение сферы влияния фирмы средствами соответствующей пропаганды и рекламы установление	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 9. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области PR	1) Содружество специалистов рекламы и связей с общественностью 2) Международная ассоциация «Паблик рилейшинз» - IPRA (International Public Relation Association) 3) Комитет по решению споров в сфере рекламы и связей с общественностью г. Москвы 4) Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) 5) Конфедерация специалистов PR и рекламы	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все неверные ответы 10. К явлению проторекламы можно отнести	1) строевые песни 2) изображение солнца на фресках 3) клеймо на изделиях из кожи, глины как знак авторства	средний

		4) молитвы и проповеди 5) изобретение мыла и шампуня	
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 11. Отметьте факты, имеющие отношения к профессиональной деятельности Рекламы и связей с общественностью в России	1) ключевые компетенции PR-специалиста – создание и выпуск ТВ- и радиoproграммы 2) PR как направление обучения сформировалась в 2003 году 3) Специалист PR и рекламы имеет закрепленные должностные инструкции 4) Профессия PR-специалиста включена в единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих 5) Реклама и PR входят в десятку самых травмоопасных профессий	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 12. Корпоративный дом представлен следующими элементами	1) Крыша: органы власти и полиция 2) Фундамент: миссия, корпоративная философия, видение 3) История-легенда, лидеры компании 4) Интерьер, корпоративный стиль и символика 5) Обитатели, корпоративная культура	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 13. Ведущими новыми направлениями современности в сфере медиа сегодня являются следующие	1) копирайтер 2) продюсер смыслового поля 3) менеджер по медиаисследованиям (media researcher) 4) наблюдатель за изменениями (trend watcher) 5) организатор сообществ (community manager)	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 14. Основная часть короткого новостного материала, размещенного в пространстве медиакоммуникаций (шортрида), содержит	1) данные заказчика материала 2) указание на количество печатных знаков в материале 3) самодостаточное фото 4) рабочие ссылки на предыдущие публикации по этой теме 5) хэштеги с ключевыми словами 6) гипертекстовые ссылки внутри текста для аудио и видеонаполнения	средний
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 15. Новые медиа – это:	1) новые издания и тв, радиoproграммы, которые появились не ранее года назад; 2) информационные агентства, предоставляющие информацию о новых интересных людях и компаниях современности 3) традиционные СМИ, интегрированные в пространство интернет-коммуникаций 4) СМИ, изначально созданные как интернет-медиа 5) в принципе вся система сетевых ресурсов, включая социальные сети,	средний

		которые не обязательно регистрируются как СМИ	
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 16. Соотнесите название этапов рекламы и ССО с временным периодом их появления	1) «Эра манипулирования» 2) «Эра информирования» 3) «Эра убеждения» 4) «Эра взаимовлияния» А) начало 20 века Б) середина 20 века В) 19 век Г) конец 20 века	высокий
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 17. Распределите представителей внутренней и внешней аудитории компании / предприятия:	1) Внешняя общественность 2) Внутренняя общественность А) рабочие, служащие Б) работники средств массовой информации В) поставщики, партнеры Г) государственные органы; Д) руководители Е) совет директоров Ж) группы специальных интересов (работники системы образования, спорта, здравоохранения и т.д.)	высокий
УК-6.1 УК-6.2	Закончите предложение 18. Специалист, который отвечает за внешние коммуникации компании, бренда или продукта: общается со СМИ, проводит мероприятия для внутренней и внешней целевой аудитории, следит за тем, что говорят и пишут клиенты и как компания представлена в соцсетях – это ...		высокий
УК-6.1 УК-6.2	Выберите правильную комбинацию ответов 19. Укажите комбинации, свойственный политической рекламе советского периода: а) художественный портрет + скульптура; б) политический плакат + политическая карикатура; в) листовки + холодные звонки; г) дегустации + сувенирная продукция	1) а, в 2) б, в 3) а, б, в 4) в, г 5) а, б	высокий
УК-6.1 УК-6.2	Укажите все правильные ответы 20. Распределите источники информации по происхождению	1) социальные сети 2) СМИ А) Facebook Б) НТВ В) «Московский комсомолец» Г) «Эхо Москвы» Д) Одноклассники Е) ВКонтакте Ж) Twitter	высокий