

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Горшков Георгий Сергеевич

Должность: Директор

Дата подписания: 06.11.2024 12:56:38

Уникальный программный ключ:

77acd55e49b7c11c7c0a40276047f96080164a9

Оценочные материалы по специальности 42.02.01 Реклама

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

1. Управление – это:

- 1. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;**
2. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
3. эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.
4. управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время

2. Менеджмент – это:

1. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
2. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- 3. эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.**
4. обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

3. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:

1. Ч. Бебидж;
2. М. Вебер;
- 3. Ф. Тейлор**
4. А. Файолль

4. Кто автор этих слов: «Управление – это искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать самым дешевым и наилучшим способом»?

1. Ч. Бебидж;
2. М. Вебер;
- 3. Ф. Тейлор.**
4. Ф. Гильберт

5. Сколько существует иерархических уровней менеджмента?

1. 5;
- 2. 3;**
3. 9
4. 4

6. Какие бывают виды разделения труда менеджеров?

1. функциональное;
- 2. горизонтальное;**
3. линейное;
4. прямое.

7. Кто относится к среднему уровню менеджеров?

1. заместители;
- 2. руководители подразделений;**

3. руководители групп
4. менеджеры со средним профессиональным образованием

7. Критерием эффективности менеджмента в организации НЕ является

Варианты ответа:

1. Соотношение прибыли и затрат на управление
2. Техничко-экономические показатели
3. Степень удовлетворённости сотрудников в результатах своей деятельности
- 4. Уровень заработной платы руководителя организации**

9. Функции менеджмента бывают:

- 1. общие, связующие;**
2. групповые, специфические;
3. конкретные, расширенные;
4. правильного ответа нет.

10. Выберите одну из функций менеджмента:

- 1. планирование;**
2. распределение;
3. стимулирование;
4. все ответы верны.

11. Планирование – это:

- 1. управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;**
2. перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
3. обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
4. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;

12. Сформулируйте задачи планирования:

- 1. перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;**
2. обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
3. создание базы для эффективного контроля путем сравнения показателей
4. обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

13. По форме планирование бывает:

1. тактическое;
2. конкретное;
3. неформальное
- 4. перспективное.**

14. Необходимость планирования заключается в определении:

1. конечных и промежуточных целей;
2. задач, решение которых необходимо для достижения целей;
3. средств и способов решения задач;
- 4. все ответы верны.**

15. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?

1. перспективное;
- 2. среднесрочное;**

3. оперативное
4. нет правильного ответа

16. При какой форме планирования осуществляется определение целей деятельности на срок больше 5 лет:

- 1. перспективное;**
2. среднесрочное;
3. оперативное
4. нет правильного ответа

17. Организация – это:

1. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
2. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- 3. это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.**
4. управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;

18. Установление постоянных и временных связей между всеми подразделениями организации осуществляет функция:

1. планирования;
- 2. организации;**
3. контроля
4. мотивации

19. Выберите основные принципы организации менеджмента:

1. непрерывность;
2. ритмичность;
3. надежность;
- 4. все ответы верны.**

20. Что не является функцией административно-оперативного управления:

1. определение структуры предприятий;
- 2. периодическое или непрерывное сравнение;**
3. установление ответственности
4. корректировка результатов деятельности;

21. Регулирование – это:

- 1. управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;**
2. процесс выработки корректируемых мер и реализации принятых технологий;
3. управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;
4. эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

22. Принципы регулирования:

- 1. рациональность;**
2. ритмичность;
3. надежность;

4. закономерность.

23. Задача регулирования:

1. обновление планируемых заданий;
2. **обеспечение своевременного эффективного достижения организацией своих целей;**
3. корректировка результатов деятельности;
4. определение целей развития организации

24. Виды регулирования:

1. долгосрочное;
2. операционное;
3. **упреждающее**
4. текущее

25. При каком виде регулирования проблема рассматривается как потенциальная возможность:

1. реактивное;
2. операционное;
3. **упреждающее**
4. долгосрочное

26. Назовите этапы регулирования:

1. стимулирование сотрудников организации;
2. **разработка и принятие решений;**
3. определение структуры предприятия
4. определение целей развития организации

27. Дайте правильное определение функции координации:

1. **управленческая деятельность, обеспечивающая согласованность работы рабочих подразделений;**
2. управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
3. это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.
4. это процесс определения действий, необходимых для достижения цели или целей организации; действия, с помощью которых руководство придает единое направление усилиям всех членов организации.

28. Назовите одну из функций менеджмента:

1. ритмичность;
2. **мотивация;**
3. законность;
4. достоверность

29. Тип власти, который может использовать менеджер:

1. экспертная;
2. эталонная;
3. законная;
4. все ответы верны.

30. Что такое лидерство?

1. управление;

2. тип управленческого взаимодействия;
3. метод управления;
4. способ воздействия на подчиненных.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

1. 1. Психология общения является частью:

1. Риторики
2. **социальной психологии**
3. филологии
4. педагогики

2. Общение это:

1. исключительно передача и получение информации
2. **многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми**
3. практические результаты деятельности
4. практические результаты взаимодействия

3. Синонимом общения является термин:

1. психологическое объединение
2. социологическая деятельность
3. **коммуникативная деятельность**
4. передача информации

4. Взаимодействие это:

1. **процесс непосредственного или опосредованного влияния субъектов друг на друга**
2. общность интересов
3. общность целей
4. активная организация работы

5. Центральным понятием и предметом делового общения является:

1. конструктивное общение
2. манипулирование
3. получение прибыли
4. **дело**

6. Процесс коммуникации состоит из:

1. одного элемента
2. двух элементов
3. **трех элементов**
4. четырех элементов

7. Реципиент это:

1. отправитель
2. **получатель**
3. манипулятор
4. адресант

8. Перцепция это:

- 1. процесс восприятия, способствующий взаимопониманию участников общения**
2. нападки на оппонента без учета ситуации и чувств
3. необходимость выбора одного из нескольких возможных вариантов
4. привлекательность, влечение одного человека к другому

9. Когнитивная сфера это:

1. сфера психологических особенностей контакта
- 2. сфера познания и осознания**
3. сфера продуктивности результата предстоящего разговора
4. дистанция между собеседниками

10. Коммуникативные техники это:

- 1. приемы, позволяющие более эффективно осуществлять коммуникационный процесс**
2. ведущие техники общения
3. определенная система восприятия в общении
4. вспомогательные техники, улучшающие процесс общения

11. Вербальная коммуникация осуществляется посредством:

1. мимики и жестов
2. обмена письменными сообщениями
- 3. речи и ее слушания**
4. пространственно-временной организации общения

12. Национальный характер представляет собой:

1. национальную культуру
- 2. определенную совокупность эмоционально-чувственных проявлений**
3. нормы поведения в обществе
4. сознательную регуляцию эмоций

13. Этнопсихология это:

1. система психологических особенностей
- 2. раздел социальной психологии**
3. вид деятельности человека
4. система анализа национального характера

14. Личностный подход к исследованиям национального характера связан:

1. с языковым своеобразием народов
2. со способом распределения внутри культуры поведенческих моделей
- 3. с модальной личностной структурой**
4. со способом распределения внутри культуры ценностей

15. Стереотип это:

1. личный прошлый опыт
- 2. представление о какой-либо социальной группе или отдельном человеке**
3. отношение к определенной нации
4. общественное явление

16. Этикет это:

1. поступки людей
2. формы общения людей
3. эстетический вкус
- 4. установленный порядок поведения где-либо**

17. Норма это:

1. организационная культура
- 2. общепризнанный стандарт индивидуального и группового поведения**
корпоративная этика
3. социально-психологический климат современного учреждения

18. Мораль это:

1. нормы поведения на улице
- 2. система этических норм и ценностей**
3. нормы поведения на дипломатических приемах
4. сфера человеческого взаимодействия

19. Крайним случаем неэтичного поведения бизнесменов, руководителей предприятий является:

1. действия компаний, не предпринимающих надлежащих мер для устранения дефектов в своей продукции
2. безответственность за вред, который продукция может нанести населению
- 3. нарушение закона**
4. использование негодных средств для достижения своих целей

20. Эмоции агрессивного круга чаще всего проявляются как:

1. стрессовая ситуация
2. разрушение организма
- 3. реакция на фрустрацию**
4. давление, напряжение от различных неблагоприятных факторов

21. Дистресс приводит к:

- 1. разнообразным болезням**
2. обидам
3. конфликтам
4. хронической нехватке времени

22. Первый шаг к управлению эмоциями это:

1. изучение ситуаций, их вызывающих
2. различение аутентичных и неконструктивных реакций
- 3. признание их наличия**
4. взаимодействие

23. Формировать позитивные черты характера необходимо в:

1. любом возрасте
 - 2. детстве**
 3. школьном возрасте
 4. зрелом возрасте
24. Контакт масок:
1. характеризуется тонкостью содержания и богатством оттенков
 - 2. общение происходит на основе некоторых стандартов, инструкций, протокола**
 3. реализуется за счет взаимопроникновения личностей, стремления к единому мнению
 4. субъективно переживаемые связи между людьми
25. Интерактивная функция общения:
1. обеспечивает информирование людей
 - 2. обеспечивает взаимодействие людей обеспечивает общение людей**
 3. обеспечивает налаживание деловых контактов
26. Неформальное общение характеризует:
- 1. социальное взаимодействие между людьми**
 2. нападки на оппонента без учета ситуации и чувств
 3. принятие сообщения
 4. быстрое повышение собственного статуса
27. К невербальным коммуникативным техникам относятся:
- 1. техника организации межличностного пространства**
 2. техника постановки вопросов
 3. техника регуляции эмоционального напряжения
 4. техника вербализации
28. Для чего используют наводящие вопросы:
- 1. чтобы подтолкнуть собеседника к ответу**
 2. чтобы раскрепостить собеседника
 3. чтобы понять слабые места говорящего
 4. чтобы расположить к себе собеседника
29. Техника малого разговора состоит в умении:
- 1. легко и непринужденно начать и продолжить разговор**
 2. общаться с небольшой аудиторией
 3. легко направлять разговор в нужное русло
 4. активно слушать
30. Вербальная коммуникация осуществляется посредством:
1. мимики и жестов
 2. обмена письменными сообщениями
 - 3. речи и ее слушания**
 4. пространственно-временной организации общения

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

1. Совокупность взаимосвязанных документов, применяемых в определённой сфере деятельности, – это:

- 1. система документации;**
2. объект делопроизводства;
3. предмет делопроизводства;
4. единая государственная система документации.

2. Документационное обеспечение управления – это:

1. деятельность аппарата управления, охватывающая вопросы документирования и организации работы с документами в процессе осуществления им управленческих функций;

2. правильно оформленные документы, отражающие весь спектр управленческой деятельности предприятия;
3. организация документооборота в учреждении;
4. комплекс основных положений, определяющих и регламентирующих организацию документируемых процессов на предприятии.

3. Согласно ГОСТ делопроизводство – это:

1. оформление документов, определяющих весь спектр управленческой деятельности предприятия;
2. правильность оформления документов, определяющих весь спектр управленческой деятельности предприятия;
3. совокупность работ по документированию деятельности учреждения и по организации документов в нём;
4. **надлежащая организация документооборота в учреждении в соответствии с требованиями гост.**

4. Герб субъекта Российской Федерации помещается на бланках:

1. в верхнем поле;
2. по центру документа;
3. в правом верхнем углу;
4. **в соответствии с правовыми актами субъектов Российской Федерации.**

5. Где помещается товарный знак или эмблема организации?

- 1. в верхнем левом углу;**
2. в верхнем правом углу;
3. в центре верхнего поля;
4. **в соответствии с уставом или положением организации.**

6. В каком случае оформляется код организации?

1. по желанию организации;
- 2. если такой код присвоен;**
3. если документ является исходящим;
4. если документ является особо важным.

7. Как должен оформляться код организации?

1. в виде цифр в правой верхней части страницы №1;
2. в виде цифр в левой верхней части страницы №1;
- 3. в виде букв и цифр в левой верхней части страницы №1;**
4. в виде букв и цифр в правой верхней части страницы №1.

8. В соответствии с чем проставляется код формы документа?

1. в соответствии с внутренними правилами организации;
- 2. в соответствии с общероссийским классификатором управления документацией;**
3. в соответствии с надлежащим требованием ГОСТ;
4. в соответствии с ЕГСД.

9. Как должно указываться наименование организации?

- 1. в соответствии с положением об организации;**
2. в соответствии с распоряжением вышестоящей организации;
3. в соответствии с распоряжением руководителя организации;
4. в соответствии с распоряжением юридической организации на основе Гражданского Кодекса Российской Федерации.

10. Own label brands from supermarkets grew by 19 ... in the UK market in 2003

- 1. percent**
2. precent
3. recent
4. Procent

11. The transition to IAS is now ... urgent issue

1. then
- 2. an**
3. a
4. Than

12. Бухгалтерская фирма можно перевести как:

1. Account firm
- 2. Accounting firm Counting firm**
3. Bookkeeper

13. Facial expression можно перевести как:

1. поезд-экспресс
2. кофе эспрессо
- 3. выражение лица**
4. выражение недовольства

14. A partnership is a business owned by two or more persons associated ... partners

1. to
2. as
- 3. with**
4. ice

15. I'll ... consult with my colleagues

1. has to
- 2. have to**
3. must
4. must to

16. В международной переписке дата:

1. пишется с указанием месяца арабскими цифрами;
- 2. пишется с указанием месяца буквами;**

3. пишется с указанием месяца римскими цифрами;
4. по желанию сторон.

17. Деловое письмо следует писать на:

- 1. бланке;**
2. чистом листе;
3. оба варианта правильные;
4. нет правильного ответа.

18. Письменное подтверждение о заключении контракта:

1. акцепт;
- 2. оферта;**
3. овердрафт;
4. все ответы верны.

19. В какой валюте заключаются международные контракты России:

- 1. доллар;**
2. рубль;
3. евро;
4. юань.

20. Срок хранения международных контрактов:

- 1. 5 лет**
2. 10 лет;
3. 15 лет;
4. 20 лет.

21. Самый распространенный язык в деловой переписке – это:

- 1. английский;**
2. русский;
3. французский;
4. немецкий.

22. Какое количество реквизитов содержит международное письмо:

1. 10;
2. 12;
3. 15;
4. **20.**

23. Языковой эквивалент слова «договор»:

1. акт;
- 2. контракт;**
3. овердрафт;
4. все ответы верны.

24. С какого момента начинается отсчет срока хранения договорных документов:

- 1. с момента заключения договора;**
2. с нового календарного года после заключения договора;

3. с нового календарного года после окончания срока действия договора;
4. с момента подписания договора одной стороной.

25. Виды норм международного права:

1. нормы дипломатического этикета, обыкновения, резолюции международных конференций и организаций;
2. **Jus cogens, универсальные, партикулярные, диспозитивные, императивные, договорные, обычно-правовые нормы;**
3. административные, уголовные, гражданско-правовые, процессуальные, но осложненные иностранным элементом.

26. Наиболее авторитетные международно-правовые документы, закрепляющие основные принципы международного права, - это:

1. **Устав ООН, Декларация о принципах международного права, касающихся дружественных отношений и сотрудничества между государствами в соответствии с Уставом ООН 1970 г., Декларация принципов 1975 г.;**
2. Статут Международного суда ООН, Всеобщая декларация прав человека 1948 г., Декларация о предоставлении независимости колониальным странам и народам 1960 г., Парижская хартия для Новой Европы 1990 г.;
3. Статут Международного суда ООН, Венская конвенция о праве международных договоров 1969 г., Парижская хартия для Новой Европы 1990г., Венская декларация и Программа действий 1993 г.

27. Принцип территориальной целостности государств - это:

1. отказ от каких-либо территориальных притязаний в данный момент и в будущем;
2. **запрещение насильственного захвата, присоединения или расчленения территории иностранного государства;**
3. признание существующих границ, отказ от любых посягательств на эти границы, отказ от каких-либо территориальных притязаний в данный момент или в будущем.

28. Классификация международных договоров:

1. индивидуальные, региональные, универсальные, сепаратистские, территориальные, ратификационные;
2. **"джентльменское соглашение", письменные, двусторонние, многосторонние, открытые, закрытые, межправительственные, межведомственные, неправительственные, специальные;**
3. "джентльменское соглашение", тайные, всеобщие, межконтинентальные, межправительственные, межведомственные, неправительственные, специальные, оговорочные.

29. Стадии заключения международных договоров:

1. **договорная инициатива, составление и принятие текста договора, установление аутентичности текстов договора, выражение согласия на обязательность договора;**
2. выражение согласия на обязательность договора, оговорка, составление и принятие текста договора, регистрация и опубликование договора;
3. договорная инициатива, направление оферты, получение акцепта, составление и принятие текста договора, установление аутентичности текстов договора, выражение согласия на обязательность договора, назначение депозитария, регистрация и опубликование договоров, оговорки.

30. В каком порядке оформляется адрес в международной переписке?

1. **Имя и фамилия адресата, дом, улица, штат (графство), почтовый индекс,**

страна;

2. Имя и фамилия адресата, почтовый индекс, страна, город (штат, графство), улица, дом;

3. Имя и фамилия адресата, страна, город (штат, графство), улица, дом, почтовый индекс.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Цель информатизации общества заключается в

1. справедливом распределении материальных благ;

2. удовлетворении духовных потребностей человека;

3. максимальном удовлетворении информационных потребностей отдельных граждан, их групп, предприятий, организаций и т. д. за счет повсеместного внедрения компьютеров и средств коммуникаций.

2. В каком законе отображается объективность процесса информатизации общества

1. Закон убывающей доходности.

2. Закон циклического развития общества.

3. Закон “необходимого разнообразия”.

4. Закон единства и борьбы противоположностей.

3. Данные об объектах, событиях и процессах, это

1. содержимое баз знаний;

2. необработанные сообщения, отражающие отдельные факты, процессы, события;

3. предварительно обработанная информация;

4. сообщения, находящиеся в хранилищах данных.

4. Информация это

1. сообщения, находящиеся в памяти компьютера;

2. сообщения, находящиеся в хранилищах данных;

3. предварительно обработанные данные, годные для принятия управленческих решений;

4. сообщения, зафиксированные на машинных носителях.

5. Экономический показатель состоит из

1. реквизита-признака;

2. графических элементов;

3. арифметических выражений;

4. реквизита-основания и реквизита-признака;

5. реквизита-основания;

6. одного реквизита-основания и относящихся к нему реквизитов- признаков.

1. Укажите правильную характеристику реквизита-основания экономического показателя

1. Реквизит-основание определяет качественную сторону предмета или процесса.

2. Реквизит-основание определяет количественную сторону предмета или процесса.

3. Реквизит-основание определяет временную характеристику предмета или процесса.

4. Реквизит-основание определяет связь между процессами.

7. Укажите правильную характеристику реквизита-признака экономического показателя

1. Реквизит-признак определяет качественную сторону предмета или процесса.

2. Реквизит-признак определяет количественную сторону предмета или процесса.
3. Реквизит-признак определяет временную характеристику предмета или процесса.
4. Реквизит-основание определяет составляющие элементы объекта.

8. Чем продиктована необходимость выделения из управленческих документов экономических показателей в процессе постановки задачи

1. для идентификации структурных подразделений, генерирующих управленческие документы;
2. **стремлением к правильной формализации расчетов и выполнения логических операций;**
3. необходимостью защиты информации.

9. Для решения задачи используются следующие документы:

1. **Индивидуальный наряд на сдельную работу.**
2. **Бригадный наряд на сдельную работу.**
3. Тарифы на изготовление деталей.
4. Справочник деталей.
5. Календарь рабочих дней.

10. Для решения задачи используются следующие документы:

1. **Номенклатура-ценник.**
2. **Подетально-пооперационные нормы расхода материалов.**
3. Накладная на приход материалов на склад.
4. Накладная на выдачу материалов со склада в цех.

11. Какие знания человека моделируются и обрабатываются с помощью компьютера

1. **декларативные;**
2. **процедурные;**
3. неосознанные;
4. интуитивные;
5. **ассоциативные**
6. **нечеткие.**

12. Чтобы вычислить произведение матрицы на число, нужно:

1. умножить элементы главной диагонали на это число
2. умножить элементы первой строки на это число
3. умножить элементы первого столбца на это число
4. **умножить каждый элемент на это число**

13. При умножении матрицы на единичную матрицу будет получена:

1. обратная матрица
2. транспонированная матрица
3. **исходная матрица**
4. единичная матрица

14. Операция умножения матриц не обладает свойством:

1. ассоциативности
2. **коммутативности**
3. дистрибутивности
4. $A \times O = O$; $O \times A = O$, где O – нулевая матрица

15. Система линейных уравнений называется совместной, если она:

1. имеет единственное решение
2. не имеет решений
3. имеет бесконечное множество решений
- 4. имеет хотя бы одно решение**

16. В самом общем виде управление можно определить, как:

- 1. определенный тип взаимодействия между субъектом и объектом управления;**
2. определенный тип воздействия субъекта на объект управления;
3. определенный тип взаимоотношений между субъектом и объектом управления;
4. определенный тип воздействия объекта на субъект управления.

17. Организация является:

- 1. открытой системой;**
2. закрытой системой;
3. технической системой;
4. социальной системой.

18. Назовите основополагающие процессы жизнедеятельности организации:

1. наличие кадров, считающих себя частью организации, получение сырья из внешней среды и производство продукции;
- 2. получение сырья или ресурсов из внешнего окружения, изготовление продукции, передача продукции во внешнюю среду;**
3. юридическая регистрация, производство продукции, передача продукции во внешнюю среду.

19. Основными показателями эффективной работы организации являются:

1. производительность;
2. прибыль и рентабельность;
- 3. удовлетворенный спрос потребителей, прибыль;**
4. экономическая прибыль.

20. Горизонтальное разделение труда – это:

- 1. разделение всей работы на составляющие компоненты;**
2. управление и координация определенных групп людей для достижения целей;
3. разделение определенной функции на составляющие компоненты;
4. управление определенной группой людей.

21. Вертикальное разделение труда – это:

1. управление определенной группой людей;
2. разделение всей работы на составляющие компоненты;
- 3. управление и координация определенных групп людей для достижения целей;**
4. функционализация организации.

22. Безопасность данных обеспечивается в результате ...

1. контроля достоверности данных
2. контроля искажения программ и данных
- 3. контроля от несанкционированного доступа к программам и данным**
4. правильной технологии обработки данных

23. Система электронного документооборота обеспечивает ...

1. массовый ввод бумажных документов
- 2. управление электронными документами**

3. управление новациями
4. автоматизацию деловых процессов

24. Основную структуру текстового документа определяет:

1. гиперссылка
2. примечание
3. табуляция
- 4. стиль**

25. Ячейка таблицы MS Excel НЕ может содержать:

1. дату и время
2. текст
- 3. рисунок**
4. формулу

26. Области, расположенные в верхнем и нижнем поле каждой страницы документа, которые обычно содержат повторяющуюся информацию:

- 1. колонтитул**
2. гиперссылка
3. табуляция
4. примечание

27. Автоматизированное рабочее место – это:

1. рабочее место консультанта по предметным приложениям и автоматизации предприятия
2. пакет прикладных программ
3. сервер локальной сети
- 4. компьютер, оснащенный предметными приложениями и установленный на рабочем месте**

28. Команды меню Формат в текстовом процессоре MS Word позволяют осуществить действия:

1. сохранение документа
- 2. выбор параметров абзаца и шрифта**
3. вставку рисунка
4. вставку оглавления

29. Текстовый процессор – это программа, предназначенная для:

1. управления ресурсами ПК при создании документов
2. построения графиков и диаграмм
- 3. ввода, редактирования и форматирования текстовых данных**
4. автоматического перевода с символических языков в машинные коды

30. Какую программу можно использовать для проведения мультимедийной презентации?

- 1. Microsoft PowerPoint**
2. Microsoft Excel
3. Microsoft Word
4. Windows Media Video

ОК 5. Использовать информационно - коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

1. Текстовый редактор - программа, предназначенная для

- 1. создания, редактирования и форматирования текстовой информации;**
2. работы с изображениями в процессе создания игровых программ;

3. управление ресурсами ПК при создании документов;
 4. автоматического перевода с символьных языков в машинные коды;
2. В ряду "символ" - ... - "строка" - "фрагмент текста" пропущено:
 1. "слово";
 2. **"абзац"**;
 3. "страница";
 4. "текст".
3. К числу основных функций текстового редактора относятся:
 1. копирование, перемещение, уничтожение фрагментов текста;
 2. **создание, редактирование, сохранение и печать текстов;**
 3. строгое соблюдение правописания;
 4. автоматическая обработка информации, представленной в текстовых файлах.
4. Символ, вводимый с клавиатуры при наборе, отображается на экране дисплея в позиции, определяемой:
 1. задаваемыми координатами;
 2. **положением курсора;**
 3. адресом;
 4. положением предыдущей набранной буквы.
5. Курсор – это
 1. устройство ввода текстовой информации;
 2. клавиша на клавиатуре;
 3. наименьший элемент отображения на экране;
 4. **метка на экране монитора, указывающая позицию, в которой будет отображен вводимый с клавиатуры.**
6. Сообщение о местоположении курсора, указывается
 1. **в строке состояния текстового редактора;**
 2. в меню текстового редактора;
 3. в окне текстового редактора;
 4. на панели задач.
7. При наборе текста одно слово от другого отделяется:
 1. точкой;
 2. **пробелом;**
 3. запятой;
 4. двоеточием.
8. Способы защиты информации в информационных технологиях?
 1. информационные программы;
 2. **технические, законодательные и программные средства**
 3. внесистемные программы;
 4. ничто из перечисленного.
9. Способы передачи информации в сетях?
 1. **интернет, электронная почта, спец/поисковые программы**
 2. почтовая программа;
 3. интернет;
 4. все что перечислено

10. Сферы применения ИТ в профессиональной деятельности:

1. все сферах проф/деятельности

2. подготовка продукции;

3. поиск решений;

4. телеконференции.

11. Прикладные программы средства информационных технологий:

1. офисный пакет прикладных программ;

2. мастер публикаций;

3. база данных;

4. все что перечислено.

12. Средства мультимедиа, применяемые в информационных технологиях:

1. интерактивная доска, ЭВМ и программа мастер презентаций;

2. проектор;

3. программа и ЭВМ;

4. ЭВМ и звуковые колонки.

13. Печатающее устройство в ИТ это?

1. дигитайзер;

2. принтер;

3. стриммер;

4. плоттер.

14. Название устройств для хранения информации в ИТ?

1. гибкий диск;

2. флеш карта, лазерный диск, жесткий диск;

3. память;

4. регистр.

15. Область памяти где хранится временно удаленный элемент?

1. буфер;

2. пиктограмма;

3. пиксель;

4. распечатка.

16. Информационные технологии это-

1. система программных средств;

2. комплекс технических средств;

3. система методов сбора, накопления, хранения, поиска и обработки информации;

4. ничто из перечисленного.

17. Информационные технологии для работы с текстовой информацией это-

1. электронный редактор;

2. форматер;

3. настольные издательские системы;

4. текстовый редактор.

18. Информационные технологии для работы с табличной информацией это-

1. электронная таблица;

2. база данных;

3. оформитель таблиц и данных;

4. ничто из перечисленного.

19. Гипертекст это в ИТ-

1. разделение текста на отдельные фрагменты;
2. информационный фрагмент;
- 3. информационная форма содержащая текст, графику, видео и аудио звуки**
4. долговременное хранение данных.

20. Понятие мультимедиа означает-

1. считывать информацию с компакт-диска;
- 2. много средств представления информации пользователю**
3. считывать и записывать информацию на компакт-диск;
4. проигрывать музыкальные файлы.

21. Средства компьютерной техники предназначены-

- 1. для реализации комплексных технологий обработки и хранения информации;**
2. выполнять различные вспомогательные операции;
3. занимаются оформлением документаций;
4. для реализации технологий передачи информации.

23. Какой тип принтеров является наиболее производительным и долговечным?

1. матричный принтер;
2. струйный принтер;
- 3. лазерный принтер;**
4. фотопринтер.

24. Какое из перечисленных устройств не является устройством ввода в ИТ?

1. мышь;
2. сканер;
- 3. принтер**
4. клавиатура.

25. Интернет - технологии это -

- 1. множество способов и методов для передачи информации по сети Интернет**
2. связь пользователя;
3. база данных.
4. ничто из перечисленного

26. Программное обеспечение информационных технологий?

- 1. это все программы, установленные на ЭВМ;**
2. это упорядоченная последовательность команд;
3. это программы, предназначенные для решения конкретных задач.
4. ничто из перечисленного

27. В базовую аппаратную конфигурацию ЭВМ в ИТ входит:

1. монитор, клавиатура, динамики, системная плата;
2. системный блок, монитор, принтер, мышь, дигитайзер;
- 3. системный блок, монитор, клавиатура, мышь**
4. сканер, мышь, системный блок.

28. Виды программ, составляющих программное обеспечение в ИТ:

1. стандартные, интернетовские, текстовые, архиваторы;

2. **базовые, системные, служебные, прикладные;**
3. операционная система, прикладные программы, антивирусы, дискета;
4. все что перечислено

29. Операционная система в ИТ нужна для того, чтобы:

1. **управлять работой ЭВМ;**
2. охлаждать процессор;
3. не находить информацию в Интернете.
4. все что перечислено.

30. Автоматизированное рабочее место (АРМ) в ИТ это:

1. **технические средства, обеспечивающие автоматизацию рабочего места**
2. способ дезорганизации рабочего места;
3. для преобразования информации;
4. интерактивная связь пользователя с сетью.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

1. Коллектив – это...

1. **группа лиц, объединённых какой-либо общей деятельностью, работой, учёбой, решением определённой общественной задачи;**
2. группа лиц, объединённых по интересам;
3. группа лиц, осуществляющая свою деятельность в одном помещении;
4. группа лиц, выполняющая идентичную по характеру деятельности работу.

2. Эффективное взаимодействие - это...

1. **согласованные действия людей, направленные на достижение общего результата;**
2. результативная работа коллег;
3. действия людей, направленные на достижение общего результата;
4. взаимопомощь, оказываемая коллегами во время выполнения общей работы.

3. Заказчик, покупатель, приобретатель услуг - это...

1. **клиент;**
2. подрядчик;
3. руководитель;
4. менеджер.

4. Человек в организации, который наделен полномочиями и отвечает за принятие и осуществление важных решений – это...

1. **руководитель;**
2. лидер мнения;
3. директор;
4. собственник.

5. Товарищ по учёбе, работе, профессии, роду занятий; сотрудник - это...

1. **коллега;**
2. друг;
3. руководитель;
4. человек, близкий по духу.

6. Какой из нижеперечисленных принципов не относится к командной работе?

- 1. Осознание каждым членом команды собственной значимости;**
2. отбор членов команды по их умениям, навыкам и возможностям;
3. определение целей совместной деятельности и правила поведения;
4. осознание членами команды их прав.

7. Какой из нижеперечисленных принципов относится к командной работе?

1. Отбор членов команды по принципу наличия опыта,
- 2. непрерывное взаимодействие в команде, выделение необходимого времени для коммуникации,**
3. полное равноправие, исключающее выделения кого-либо в качестве руководителя,
4. нацеленность на скорейшее завершение работы.

8. Какой фактор не влияет на эффективность команды?

1. Доверие друг к другу внутри команды,
2. способность эффективно и продуктивно действовать как команда,
3. успешное выполнение поставленных перед командой задач,
- 4. мотивированность отдельных членов команды.**

9. Какой фактор влияет на эффективность команды?

- 1. Поддержка команды со стороны компании,**
2. стремление проявить себя в глазах начальства,
3. привлечение руководства к участию в выполнении работы,
4. полная свобода действий, полученная от руководства.

10. Для повышения эффективности команды руководителю целесообразно выполнить следующие действия:

1. мотивировать обещаниями бонусов в случае завершения работы в поставленные сроки,
- 2. распределить обязанности внутри всей рабочей команды и закрепить их письменно,**
3. назначить себе одного или нескольких заместителей,
4. выслушать мнение каждого участника команды.

11. Члены команды показывают свою уязвимость и не желают признавать свои ошибки и слабости. О чём идёт речь?

- 1. Об отсутствии доверия;**
2. о твёрдости характера;
3. о мужестве;
4. о терпении.

12. Люди не хотят привлекать других к ответственности за свою работу. О чём идёт речь?

- 1. Об избегании ответственности;**
2. о самостоятельности;
3. о благородстве;
4. о попытке подняться в глазах других.

13. Непрерывность взаимодействия способствует тому, что:

- 1. все члены команды остаются в курсе всех самых последних новостей проекта;**
2. все члены команды становятся одной семьёй;
3. все члены команды ощущают свою значимость;

4. никто не сидит без дела.

14. Менеджер - это.

1. продавец,

2. директор,

3. ответственный сотрудник,

4. специалист, занятый управлением процессами и персоналом на определённом участке предприятия, организации.

15. Определённые обещания, которые лежат в основе двух аспектов эффективных команд - обязательства и доверия – называются:

1. командная подотчётность;

2. ответственность и честность;

3. верность слову;

4. командный дух.

16. На начальном этапе работы команды происходит взаимное информирование и анализ задач. Этот процесс называется:

1. адаптация;

2. знакомство;

3. влиться в коллектив;

4. вводный инструктаж.

17. На начальном этапе работы команды создаются небольшие подгруппы по симпатиям и интересам. Этот процесс называется:

1. знакомство;

2. рассредоточение;

3. группирование;

4. самоиндефикация.

18. Стадия принятия решений для конструктивного решения задач, когда у каждого появляется своя роль. Этот процесс называется:

1. дискуссия;

2. самоиндефикация;

3. завершение;

4. функционирование.

19. Результаты деятельности зависят от численности группы. Речь о...

1. эффекте объёма;

2. чувстве плеча;

3. корпоративном духе;

4. скорости выполнения задачи.

20. Результаты командной работы зависят от однородности- разнородности состава. Речь о...

1. возможности для каждого проявить себя;

2. проблемах с набором в команду;

3. невозможности эффективного взаимодействия;

4. эффекте качественного состава группы.

21. Поведение или убеждения членов группы изменяются в результате реального или воображаемого давления группы. Это называется...

1. гибкость;
- 2. конформизм;**
3. лесть;
4. готовность к взаимодействию.

22. Утрата самосознания и боязни оценки в ситуациях анонимности, которые не концентрируют внимание на конкретном человеке. Это называется...

1. безрассудство;
2. отвага;
- 3. деиндивидуализация;**
4. дезинтеграция.

23. Все члены группы заняты исключительно поиском устраивающего всех решения и отбрасывают достаточно реалистичные варианты. Это:

- 1. «огруппление» мышления;**
2. конформизм;
3. слаженное взаимодействие;
4. чувство плеча.

24. Когда ответственность делится на членов группы, и все начинают работать «спустя рукава» - это...

1. отсутствие мотивации;
2. признак плохого руководства;
3. безответственность;
- 4. социальная лень.**

25. Выделите ошибку, снижающую эффективность деятельности команды:

- 1. Все варианты;**
2. Неудачный подбор работников в команду;
3. Несоответствие руководителя, команды и типа решаемой задачи;
4. Плохой социально-психологический климат.

26. Что из нижеперечисленного не является составляющей мотивация работы практически любого человека?

1. Социальная значимость.
- 2. личная ответственность;**
3. оплата;
4. интерес.

27. Группы, которые собираются для немедленного выполнения конкретной задачи, называются...

1. оперативные;
2. скоростные;
3. ответственные;
- 4. инициативные.**

28. Группа сотрудников, которые собираются с использованием комбинации телекоммуникационных и информационных технологий для выполнения множества важных задач, называется...

1. системные администраторы;
2. коммуникационная группа;
3. технологичная группа;
4. **Виртуальная команда.**

29. Выделите утверждение, не относящееся к преимуществам командной работы:

1. команда способна выполнить задачи, которые не выполнит один человек;
2. **команда при любых обстоятельствах эффективнее работы одного человека;**
3. команда – это уже гарантия того, что интересы всех сторон учитываются;
4. команда снижает риск принятия ошибочного или случайного решения.

30. Выделите утверждение, не относящееся к недостаткам командной работы:

1. **команда укрепляет навыки коллегиального сотрудничества;**
2. работа в команде может требовать дополнительных затрат времени;
3. работа команды более медлительна, особенно при большой численности команды;
4. работа в команде может задерживать решения, поскольку они принимаются после продолжительных дискуссий.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), результат выполнения заданий

1. Чувство любви и преданности Родине, Отечеству, своему народу, вера в его духовные возможности, готовность служить интересам своей Родины – это...

1. **патриотизм;**
2. гражданская позиция;
3. конституционная обязанность;
4. активизм.

2. Место рождения человека, его происхождения; родная страна, Отечество; страна, в которой человек родился и гражданином которой является; модель отношений между индивидом и обществом, между гражданином и государством, между личностью и централизованной идеологической системой; место происхождения, возникновения объекта или явления. О чём идёт речь?

1. **Родина;**
2. демократическое общество;
3. гражданство;
4. социализация.

3. Важность, значимость, польза, полезность чего-либо - это...

1. **ценность;**
2. необходимость;
3. достоинство;
4. дополнение.

4. Человек, тот, кто любит своё отечество, предан своему народу, готов на жертвы и подвиги во имя интересов своей родины – это...

1. **патриот;**
2. лидер;

3. гражданин;
4. герой.

5. Человек, принадлежащий к постоянному населению данного государства, пользующийся его защитой и наделенный совокупностью политических и иных прав и обязанностей - это...

1. **гражданин;**
2. резидент;
3. житель;
4. иммигрант.

6. Взгляды человека на функционирование общества, в котором он проживает, а также определение своей роли в этом обществе - это...

1. **гражданская позиция;**
2. политическая позиция;
3. общественная позиция;
4. личностные приоритеты.

7. Патриотизм предполагает (выберите лишнее утверждение):

1. гордость достижениями и культурой своей родины,
2. **желание достижения экономического благополучия своих сограждан,**
3. желание сохранять характер культуры своей родины и её культурные особенности и идентификацию себя с другими представителями своего народа,
4. стремление защищать интересы Родины и своего народа.

8. Какой фактор влияет на формирование патриотизма?

1. экономическое благополучие,
2. социальное спокойствие,
3. наличие демократического общества,
4. **отношение к истории, культуре и традициям страны.**

9. Какой фактор не влияет на формирование патриотизма?

1. **экономический рост,**
2. восприятие русской нации и её роли в мировом развитии,
3. прививание идеи любви к Родине в детские годы,
4. чувство гордости и радости упоминание о достигнутых успехах в спорте, политике, искусстве представителями России.

10. Индивидуальное чувство принадлежности к общности граждан конкретного государства, позволяющее гражданской общности действовать в качестве коллективного субъекта - это...:

1. осознание собственной значимости,
2. **гражданская идентичность,**
3. самоидентификация в качестве личности,
4. чувство ответственности.

11. Исторически сложившиеся и передаваемые из поколения в поколение обычаи, нормы поведения, взгляды, вкусы и т. п. - это...

1. **традиция;**
2. обычай;

3. накопленные знания;
4. опыт.

12. Выберите фактор, не влияющий на формирование гражданской идентичности:

- 1. участие в общественной жизни;**
2. принадлежность к сильной державе;
3. государственно-общественные идеалы и ценности;
4. ощущение на себе государственной справедливости.

13. К государственным символам России не относится:

- 1. Конституция;**
2. гимн;
3. герб;
4. флаг.

14. На российском гербе изображён:

1. восьмиконечный крест,
2. серп и молот,
3. триколор,
- 4. двуглавый орёл.**

15. Ценности консервативные, выражающие идеологическую приверженность традиционным порядкам, социальным и религиозным доктринам - это...:

- 1. традиционные ценности;**
2. семейные ценности;
3. духовные ценности;
4. материальные ценности.

16. К традиционным семейным ценностям не относится:

- 1. многодетность;**
2. верность;
3. взаимоуважение;
4. брак.

17. К традиционным российским ценностям относятся:

1. семья;
2. солидарность;
3. соборность;
- 4. всё вышеперечисленное.**

18. Теоретически существующие моральные ценности, содержание которых не связано непосредственно с конкретным историческим периодом развития общества или конкретной этнической традицией, но, наполняясь в каждой социокультурной традиции собственным конкретным смыслом воспроизводятся, тем не менее, в любом типе культуры в качестве ценности - это...

1. традиционные ценности;
2. духовные ценности;
3. материальные ценности;

4. общечеловеческие ценности.

19. Нравственность – это...

1. моральное качество человека, некие правила, которыми руководствуется человек в своём выборе;

2. умение красиво вести себя в обществе;
3. умение показать себя с лучшей стороны;
4. чувство симпатии, испытываемой к кому-либо.

20. Высшей ценностью принято считать...

1. человеческую жизнь;

2. патриотизм;
3. демократию;
4. материальное богатство.

21. Естественное право на самостоятельное формирование убеждений и ценностей, способствующих самоактуализации – это...

1. свобода вероисповедания;
2. гражданская свобода;
3. внутренняя свобода;

4. свобода совести.

21. Систематизированное обобщение национального самосознания - это...

1. демократизация общества;
- 2. национальная идея;**
3. патриотизм;
4. гражданская позиция.

22. Согласно Конституции РФ человек и гражданин обязан:

1. знать историю своей страны;
2. получить высшее образование;
- 3. защищать Отечество и нести военную службу;**
4. уважать политическую систему страны.

23. Что из нижеперечисленного, согласно Конституции РФ, не входит в обязанности человека и гражданина:

- 1. участвовать в выборах;**
2. заботиться о сохранении культурных и исторических памятников;
3. сохранять природу и окружающую среду;
4. получить основное общее образование.

24. Кто является автором слов государственного гимна РФ?

1. А. С. Пушкин;
2. А. А. Ахматова;
3. Б. Л. Пастернак;
- 4. С. В. Михалков.**

25. Композитор, сочинивший мелодию государственного гимна РФ?

1. А. В. Александров;

2. Д. Д. Шостакович;

3. М. И. Глинка;

4. А. В. Львов.

26. Каков порядок цветов на государственном флаге РФ (сверху вниз)?

1. белый – красный - синий.

2. белый – синий - красный;

3. красный – синий - белый;

4. синий – белый - красный.

27. Поведение, в ходе которого человек понимает причины и следствия своих действий, делает аргументированный выбор из нескольких альтернатив - это...

1. интуитивное поведение;

2. безрассудное поведение;

3. примерное поведение;

4. осознанное поведение.

28. Совокупность национальной системы права и международно-правовых обязательств Российской Федерации, правовой культуры российского общества, и сложившейся правовой практики, а также норм, используемых в стране, механизмов правотворчества, правореализации и государственного принуждения. О чём идёт речь?

1. Конституция РФ;

2. авторитаризм;

3. Уголовный кодекс РФ;

4. правовая система Российской Федерации.

29. Государственное устройство России:

1. содружество;

2. федерация;

3. конфедерация;

4. унитарное государство.

30. Ироничное выражение в русском языке, обозначающее безусловное восхваление всего отечественного, называется...

1. квасной патриотизм;

2. имперский патриотизм;

3. этнический патриотизм;

4. государственный патриотизм.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

1. Первые Олимпийские игры были проведены:

1. 1034 г. в США;

2. 776 г. до н.э. в Греции;

3. 896 г. до н.э. в Риме;

4. 1428 г. в Праге.

2. Первые Олимпийские игры современности были проведены:

1. **1896 в Греции**

2. 1734 в Риме

3. 1928 в Москве

4. 1900 в Китае

3. Московская Олимпиада была проведена:

1. 1956 г.

2. 1938 г.

3. 1972 г.

4. **1980 г.**

4. Личная необходимость подготовки человека к труду заключается в том, чтобы:

1. увеличить диапазон функциональных возможностей организма человека;

2. расширить арсенал двигательной координации;

3. обеспечить эффективную адаптацию организма к различным факторам трудовой деятельности;

4. **все вышеперечисленное.**

5. Одним из важнейших условий качества рабочей силы является:

1. уровень физической подготовленности

2. **уровень здоровья и физического развития**

3. уровень теоретических знаний

4. все вместе

6. Среди факторов риска для здоровья ставится на первое место:

1. перегруженность учебно-профессиональными и домашними обязанностями

2. конфликты с окружающими

3. **злоупотребление алкоголем**

4. все вместе.

7. Эффективное средство восстановления работоспособности -это:

1. массаж, контрастный душ

2. гигиена одежды и обуви

3. уход за полостью рта и зубами

4. **здоровый образ жизни**

8. Понятие «здоровье» можно классифицировать следующим образом:

1. здоровье – это отсутствие болезней;

2. «здоровье» и «норма» - понятия тождественные;

3. **здоровье – состояние человека, отражающее его полное физическое, психическое и социальное благополучие и обеспечивающее полноценное выполнение трудовых, социальных и биологических функций;**

4. отсутствие вредных привычек у человека.

9. Важнейшие компоненты неупорядоченности и хаотичности в организации жизнедеятельности студентов – это:

1. несвоевременный прием пищи;

2. систематическое недосыпание;

3. курение;
4. **все вместе.**

10. Основными элементами здорового образа жизни студентов выступают:

1. соблюдение режима труда и отдыха, питания и сна;
2. отказ от вредных привычек;
3. организация целесообразного режима двигательной активности;
4. **все вместе.**

11. Обычной нормой ночного сна студента считается

1. **7 - 8 часов;**
2. 5-6 часов;
3. 3- 4 часа;
4. 10-12 часов.

12. Главное правило полноценного питания не менее

1. одного раза в день;
2. 2 - 3 раза в день;
3. **3-4 раза в день;**
4. 4-5 раз в день.

13. Оптимальным двигательным режимом для студентов является такой, при котором мужчины уделяют занятиям физической культурой

1. 3 - 4 часа в неделю;
2. **8 - 12 часов в неделю;**
3. 14 - 16 часов в неделю;
4. 16 -18 часов в неделю.

14. Учебное время студентов в среднем составляет:

1. 40 - 44 часа в неделю;
2. **52 - 58 часов неделю;**
3. 60 - 64 часа в неделю;
4. 70-72 часа в неделю.

15. В процессе умственного труда основная нагрузка приходится:

1. на вегетативную нервную систему;
2. на дыхательную систему;
3. **на ЦНС, ее высший отдел - головной мозг;**
4. на подкорку головного мозга.

16. Работоспособность - это способность человека выполнять:

1. **конкретную деятельность в рамках заданных временных лимитов и параметров эффективности;**
2. специальные умения, навыки, определенные психические, физиологические и физические особенности;
3. ответственно, добросовестно выполнять работу, необходимую в конкретной деятельности;
4. быстро, качественно, целеустремленно выполнять заданную работу.

17. Наиболее работоспособны студенты, отнесенные:

1. к «утреннему» типу - «жаворонки»;
2. **«вечернему» типу - «совы»;**

3. промежуточному типу между «жаворонками» и «совами»;
4. к добросовестным и исполнительным.

18. Динамика умственной работоспособности студентов в недельном учебном цикле имеет периоды:

1. **вработывания, устойчивой работоспособности и период снижения;**
2. «конечного порыва», нервно-эмоционального напряжения;
3. эмоционального переживания;
4. нервного расстройства.

19. Основой организации отдыха при умственной деятельности является принцип:

1. активного отдыха;
2. пассивного отдыха;
3. **психоэмоциональной разгрузки;**
4. аутотренинг.

20. Эффект занятий физическими упражнениями можно повысить, если будет:

1. произвольный режим жизнедеятельности, где отсутствует элемент физической активности;
2. нормализованная двигательная активность;
3. **четкая организация сна, питания, пребывания на свежем воздухе, учебного труда и двигательная активность;**
4. все перечисленное.

21. Основным фактором утомления студентов - это:

1. **сама учебная деятельность;**
2. полное отсутствие интереса, апатия;
3. отсутствие реакции на новые раздражители;
4. снижение ЧСС.

22. Физическая культура это –

1. **часть культуры, представляющая собой совокупность ценностей, норм и знаний, создаваемых и используемых обществом в целях физического и интеллектуального развития способностей человека, совершенствования его двигательной активности и формирования здорового образа жизни, социальной адаптации путем физического воспитания, физической подготовки и физического развития**
2. часть культуры человека в системе среднего образования
3. совокупность средств и методов для физического развития определенных физических качеств
4. наука о природе двигательной деятельности человека.

23. Производственной физической культурой называется:

1. **система методически обоснованных физических упражнений**
2. пассивный отдых в рабочее время
3. подготовка к трудовой деятельности
4. активный отдых в рабочее время.

24. Производственная гимнастика — это:

1. **комплексы специальных упражнений, применяемых в режиме рабочего дня;**
2. рабочая поза, положение туловища, рабочее движение;
3. санитарно-гигиеническое состояние места занятий;
4. бег по пересеченной местности.

25. Дополнительные средства повышения работоспособности — это:

1. **тренажеры;**
2. компьютеры;
3. учебники;
4. производственная практика.

26. Основная задача физических упражнений профилактической направленности заключается в том, чтобы:

1. повысить устойчивость организма к воздействию неблагоприятных факторов труда;
2. снять перенапряжение, возникающее при тяжелом физическом труде;
3. **все вместе;**
4. нет правильного ответа.

27. Упражнения непосредственного воздействия на сосуды головного мозга -это:

1. наклоны;
2. повороты;
3. **вращения;**
4. встряхивание.

28. Утренняя гигиеническая гимнастика относится:

1. к оздоровительно-развивающей гимнастике;
2. **оздоровительной гимнастике;**
3. спортивной гимнастике;
4. к профессионально – прикладной гимнастике.

29. Формами производственной гимнастики являются:

1. **вводная гимнастика, физкультурная пауза, физкультурная минутка;**
2. упражнения на снарядах;
3. игра в настольный теннис;
4. подвижные игры.

30. В течение рабочей смены физкультурная пауза проводится:

1. 1 раз в смену;
2. 2 раза в смену;
3. **3 раза в смену;**
4. 4 раза в смену;

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

1. Литературная норма – это...

1. **правила речевого пользования, установленные большинством говорящих на русском языке и регламентированные (кодифицированные) лингвистическими словарями, справочными пособия;**
2. естественно сложившаяся знаковая система, служащая для общения людей;
3. способность говорить и сам процесс говорения, речевая коммуникация;
4. искусственно сложившаяся знаковая система, служащая для общения людей.

2. Особая область языкознания, занимающаяся проблемами нормализации речи, разрабатывающая рекомендации по умелому пользованию языком, - это...

1. **культура речи;**
2. стилистика;

3. риторика;
4. поэтика.

3. В зависимости от цели высказывания практически в каждой фразе мы можем выделить любое важное для нас слово. Это называется...

1. логическим ударением;
2. фонетическим ударением;
3. грамматическим ударением;
4. психологическим ударением.

4. Автор однотомного словаря русского языка...

1. **С.И. Ожегов;**
2. Л.В. Щерба;
3. В.В. Виноградов;
4. Н.М. Шанский.

5. Он стремился создать один язык «для книг и для общества, чтобы писать, как говорят, и говорить, как пишут»

1. **Н. М. Карамзин;**
2. А.С. Шишков;
3. В.Г. Белинский;
4. К.С. Аксаков.

6. Немотивированные повторы однокоренных слов в предложении – это...

1. **тавтология;**
2. плеоназм;
3. многосоюзие;
4. градация.

7. Определите стиль, который обслуживает сферу письменных деловых, производственных отношений?

1. разговорный,
2. **официально-деловой,**
3. публицистический,
4. художественный,

8. Участники собрания строго обсудили тех, кто забыл о своем долге.

1. в результате смешения синонимов,
2. в результате смешения антонимов,
3. в результате смешения омонимов,
4. **в результате смешения паронимов.**

9. Закрепление литературной нормы в словарях, грамматиках, учебных пособиях называют

1. **кодификацией,**
2. нормализацией,
3. стандартизацией,
4. унификацией.

10. Укажите источник создания юмористического каламбура в данном предложении: Для производства футбольных голов ноги бывают важнее голов.

1. многозначность,

2. омонимия,

3. нарушение лексической сочетаемости.
4. паронимия

11. Укажите, в каком варианте ударение падает на последний слог во всех словах ряда?

- 1. дефис, диоптрия, диспансер;**
2. бензопровод, блокировать, бочковый;
3. газированный, генезис, глазированный;
4. задолженность, задолго, заключенный (в тюрьму).

12. Укажите, в каком варианте ударение падает на первый слог во всех словах ряда?

- 1. наголо (стричь), наскоро, начал;**
2. искони, исконно, исподволь;
3. каучук, квартал, коклюш;
4. догмат, договор, донельзя.

13. Определите, какой фразеологизм соответствует значению говорить обиняками, не касаясь сути дела ходить вокруг да около;

1. давать волю языку;
2. боек на язык (на слова);
3. во всю глотку.

14. Определите стилистическую принадлежность лексики: Уровень жизни, раунд переговоров, виртуальный мир, силовые ведомства, на данном этапе, конструктивные меры, дезинформировать.

1. разговорный,
2. официально-деловой,
3. научный,
- 4. публицистический**

15. Укажите, к какому роду безотносительно к полу животного относятся заимствованные существительные, обозначающие животных и птиц типа кенгуру, какаду

- 1. мужскому;**
2. среднему;
3. женскому;
4. общему.

17. Выберите вариант ответа, в котором во всех словах на месте пропуска пишется НН:

- 1. задолже...ость, централизова...ое тестирование, моще...ая булыжником дорога**
2. коре...ые народы, дискуссио...ый вопрос, земля...ые работы
3. неписа...ые правила, свежевыпече...ый хлеб, нереше...ые вопросы
4. гости...ица, сделка заключе...а, полноце...о обеспечивать

18. Выберите вариант, в котором во всех случаях НЕ со словами пишется раздельно:

1. (не) обычное явление, (не)правовой характер, договор о (не) нападении
2. (не) движимое имущество, (не) достача, вовремя (не) согласовано
- 3. (не) закончив доклад, ещё (не) подписанный указ, документы (не) исправлены**
4. земля (не) приватизирована, (не) преодолимые обстоятельства, (не) подлежит

исполнению

19. Выберите вариант, в котором во всех случаях НЕ со словами пишется раздельно:

1. ничем (не) ограждённое место, (не) оправданный поступок, (не) утратив интереса
2. (не) официальный, но очень актуальный документ, (не) своевременное выполнение, информация (не) проверена
3. (не) установленные контрактом обязанности, (не) исполнительность, (не) заверенная копия
- 4. решение (не) согласовано, (не) менее важно, документы (не) подписаны**

21. Выберите вариант с раздельным написанием во всех случаях:

- 1. (во) время заседания, (в) течение месяца, зачислить (на) счёт по вкладу**
2. (во) избежание возникновения пожара, (в) виду болезни, (в) конце недели
3. претензии (на) счет утерянного заработка, (в) продолжение дня, иметь (в) виду
4. (в) следствие наводнения, (в) виде исключения, (во) время принять меры

20. Выберите вариант с раздельным написанием во всех случаях:

1. положить (на) счёт в банк; увидел (в) первые; при установлении (в) последствия точных сведений
2. (в) следствие непогоды; идти (на) встречу движению транспорта; (в) первых рядах;
3. (в) связи с болезнью; (в) начале мы подружились; (не) смотря на непогоду
- 4. но имей (в) виду; (на) встречу приглашены ветераны, вмешаться (в) следствие**

21. В каком варианте ответа в выделенном слове на пропуске пишется Е?

1. Иск подан в соответствии... с законодательством о правонарушениях в отношении иностранных граждан.
- 2. Организация призывает российские власти устранить противоречия в указе и привести его в соответствии... с Конституцией и федеральными законами.**
3. Квалификационные требования к должностям гражданской службы устанавливаются в соответствии... с категориями и группами должностей гражданской службы.
4. Впоследствии... суд признал выборы недействительными из-за массовых нарушений.

22. В каком варианте ответа в выделенном слове на месте пропуска пишется И?

1. Обрушение части кровли произошло вследствие... накопления снега.
2. В заключени... встречи начальник республиканских ЗАГСов рассказала об успехах в переходе на электронный документооборот.
- 3. В заключени... Министерство финансов Российской Федерации дает оценку финансовых последствий принятия соответствующих решений для бюджетов и внебюджетных фондов.**
4. Дополнительное профессиональное образование гражданского служащего осуществляется в течени... всего периода прохождения им гражданской службы.

23. Выберите вариант ответа со слитным написанием:

- 1. Рекламное пространство – то(же) часть облика города.**
2. В то(же) время земля под строением осталась в федеральном ведении.
3. Мы с вами в ответе за(то), как экономика страны будет развиваться в будущем.
4. Точно так(же), в уведомительном характере, сегодня происходит смена прописки гражданина Российской Федерации.

24. Выберите вариант ответа с отдельным написанием:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации устанавливает систему налогов и сборов, а так(же) общие принципы налогообложения и сборов.
2. Для пациента форма собственности значения не имеет, за(то) он получает главное – высокое качество обслуживания.
3. Сегодня жители наших городов фактически оплачивают ветхую и от(того) дорогостоящую коммунальную инфраструктуру.
- 4. Обращение к примирительным процедурам приостанавливает течение срока исковой давности вне зависимости от(того), сколько осталось до истечения срока давности.**

25. Выберите вариант ответа, в котором перед ЧЕМ нужна запятая:

1. Об изменении существенных условий служебного контракта гражданский служащий должен быть уведомлен представителем нанимателя в письменной форме не позднее (?) чем за два месяца до их введения.
2. Федеральный закон вступает в силу не ранее (?) чем по истечении одного месяца со дня его официального опубликования.
- 3. Темпы изменения структуры рынка информационных технологий возрастут, в результате чего доля рынка программных средств и рынка услуг в инновационном сценарии будет выше (?) чем в консервативном сценарии развития.**

26. Выберите вариант ответа, в котором перед КАК нужна запятая:

1. Договор аренды помещения или части помещения регистрируется (?) как обременение прав арендодателя соответствующего помещения.
- 2. Закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (?) как следует из его преамбулы, устанавливает правовые, организационные и финансово-экономические основы гражданской службы.**
3. Положения Закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» распространяются (?) как на федеральных гражданских служащих, так и на гражданских служащих субъектов Российской Федерации.

27. Выберите вариант ответа, в котором необходимо поставить запятую:

1. В то же время многие аспекты политической жизни подвергаются общественной критике.
2. Однако для договоров аренды зданий и сооружений на срок менее одного года государственная регистрация не требуется.
3. После масштабной реконструкции дорог необходимо как следует организовать движение и призвать автомобилистов к порядку.
- 4. По моему убеждению, это вопрос выживания нашей страны в современном мире.**

28. Выберите вариант ответа, в котором выделенное шрифтом слово /выражение не нужно выделять запятыми:

1. Однако договор не прошел государственную регистрацию и, следовательно, на основании пункта 3 статьи 433 Гражданского кодекса Российской Федерации не может считаться заключенным.
2. По моему убеждению, это вопрос выживания нашей страны в современном мире.
3. Во-вторых, актуальной является проблема оснащения школы современным оборудованием.
- 4. Именно таким образом недавно удалось обнаружить у человека зону мозга, отвечающую за распознавание лиц.**

29. Выберите вариант ответа, в котором запятые расставлены верно:

1. Гражданский служащий, получивший поручение, направленное, по его мнению, на совершение коррупционных действий, должен представить в письменной форме обоснование неправомерности данного поручения.

2. Гражданский служащий, получивший поручение, направленное, по его мнению, на совершение коррупционных действий, должен представить в письменной форме обоснование неправомерности данного поручения.

3. Гражданский служащий, получивший поручение, направленное, по его мнению, на совершение коррупционных действий должен представить в письменной форме обоснование неправомерности данного поручения.

4. Гражданский служащий, получивший поручение направленное, по его мнению, на совершение коррупционных действий должен представить в письменной форме обоснование неправомерности данного поручения.

30. Выберите вариант ответа, в котором запятые расставлены верно:

1. Состав аттестационной комиссии формируется таким образом, чтобы была исключена возможность возникновения конфликтов интересов, которые могли бы повлиять на принимаемые аттестационной комиссией решения.

2. Состав аттестационной комиссии формируется, таким образом, чтобы была исключена возможность возникновения конфликтов интересов, которые могли бы повлиять на принимаемые аттестационной комиссией решения.

3. Состав аттестационной комиссии формируется таким образом, чтобы была исключена возможность возникновения конфликтов интересов, которые могли бы повлиять на, принимаемые аттестационной комиссией, решения.

4. Состав аттестационной комиссии формируется, таким образом, чтобы была исключена возможность возникновения конфликтов интересов, которые могли бы повлиять на принимаемые аттестационной комиссией решения.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности

1. За унитарным предприятием закрепляется имущество:

1. На правах долгосрочной аренды

2. На правах собственности

3. На правах оперативного управления либо хозяйственного ведения

2. Присущ ли риск предпринимательству?

1. Да, риск – это неотъемлемая составляющая предпринимательства

2. Да, но лишь в условиях кризисов и инфляции

3. Нет

3. Целью предпринимательства является:

1. Удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах

2. Пополнение бюджета государства налоговыми поступлениями

3. Систематическое получение прибыли

4. Ключевые слова, определяющие понятие «предпринимательство»:

1. Риск, прибыль, потребности, конкуренция

2. Риск, прибыль, инициатива, инновации

3. Конкуренция, прибыль, налоги

5. Важнейшими чертами предпринимательства являются:

- 1. Риск и неопределенность, самостоятельность и свобода деятельности, опора на инновации**
2. Постоянный поиск новых идей, риск, экономическая зависимость от макроэкономической ситуации в стране
3. Самостоятельность, оглядка на конкурентов, опора на инновации

6. К предпринимательству не относится деятельность:

1. Торговля продуктами питания
2. Организация регулярных пассажирских перевозок
- 3. Эмиссия ценных бумаг и торговля ими**

7. Субъектами предпринимательства могут быть:

1. Физические лица
- 2. Физические и юридические лица**
3. Юридические лица

8. Предпосылки, предопределяющие становление предпринимательства в России:

- 1. Политические, экономические, юридические, психологические**
2. Политические, экономические, социальные
3. Политические, экономические, юридические, культурные

9. Какие бывают формы предпринимательства?

1. Частное, общее, государственное
- 2. Индивидуальное, партнерское, корпоративное**
3. Индивидуальное, совместное

10. Предпринимательство выполняет следующие функции:

1. Социально-экономическую, направляющую, распределительную, организаторскую
2. Экономическую, политическую, правовую, социально-культурную
- 3. Общеэкономическую, политическую, ресурсную, организаторскую, социальную, творческую**

11. Основой государственного предпринимательства являются:

- 1. Унитарные муниципальные предприятия**
2. Стратегически важные предприятия и учреждения
3. Банковские структуры

12. Основу акционерного предпринимательства составляет:

1. Четкое разграничение ответственности между акционерами
2. Обязательное вхождение в состав акционерного общества доли государственной собственности
- 3. Акционерная собственность на средства производства**

13. Что является основами свободного предпринимательства?

1. Рыночный механизм, частная собственность и совершенная конкуренция
- 2. Диалектическая взаимосвязь производительных сил, производственных отношений и хозяйственного механизма, действующих в условиях частной**

собственности на средства производства, свободы предпринимательства и свободной конкуренции

3. Производительные силы, материальные и трудовые ресурсы, находящиеся в свободном для предпринимателей доступе

14. Что лежит в основе любого предпринимательства?

1. Четкая направленность на получение финансового результата
2. Желание максимально удовлетворить потребности общества в товарах и услугах
3. Желание занять максимально перспективную нишу на рынке

15. Коллективное предпринимательство осуществляется группой граждан на основе:

1. Четкого разделения ответственности в зависимости от доли участия в предприятии
2. Личных интересов каждого из них
3. Равноценного участия в деятельности предприятия

16. Производственное предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляет:

1. Материальное производство
2. Материальное производство и оказание услуг
3. Материальное, интеллектуальное и духовное производство

17. Экономической основой индивидуального предпринимательства является ... собственность.

1. Частная
2. Общественная
3. Государственная

18. Экономической основой государственного предпринимательства является ... собственность.

1. Частная
2. Коллективная
3. Муниципальная

19. Финансовое предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляют:

1. Ценные бумаги
2. Деньги, в том числе иностранная валюта, ценные бумаги
3. Движимое имущество

20. Семейное предпринимательство может осуществляться на основе:

1. Совместного владения крестьянским (фермерским) хозяйством и/или приватизированным жильем
2. Юридически подтвержденных родственных связей
3. Долевого владения производительными силами

21. Как называется неспособность заемщика (эмитента долговых ценных бумаг) выполнять свои обязанности по займу (погашение, выплата текущего дохода и др.)?

1. дефолт
2. коллапс
3. девальвация

22. Если человек грамотен в сфере финансов, то в отношении своих доходов он будет вести себя так:

1. будет стараться израсходовать все свои доходы
2. будет стараться больше покупать как можно больше товаров и услуг
- 3. будет сберегать часть своего дохода**

23. Вы приобретете мобильный телефон компании S в салоне связи P в кредит. Определите, кому Вы должны будете выплачивать кредит:

1. производителю телефона – компании S
- 2. коммерческому банку**
3. салону связи P

24. Выберите, что из данного можно отнести к регулярным источникам дохода?

- 1. Доходы по основному месту работы в виде заработной платы**
2. Выигрыш в лотерею
- 3. Доходы от сдачи в аренду квартиры, дома, гаража, иной собственности**
4. Получаемые кредиты

25. Выберите статьи расходов, на которые стоит обратить внимание с точки зрения их сокращения:

1. Питание
- 2. Развлечение и досуг**
- 3. На те, которые составляют значительную часть бюджета**
4. На те, которые составляют незначительную часть бюджета
- 5. На необязательные расходы**

26. На чем основан грамотный выбор инструментов инвестирования?

1. личной склонности к риску
- 2. определении личных финансовых целей и желаемых сроков их достижения**
3. рекомендациях экспертов

27. Выберите, что такое диверсификация:

- 1. распределение финансов между несколькими видами инвестиций целью снижения рисков**
2. форма коллективных инвестиций, при которой средства вкладчиков объединяются для дальнейшего размещения профессиональными управляющими
3. непрерывный процесс обмена одной иностранной валюты на другую

28. Что такое структурированный продукт?

1. «Портфель», состоящий из паев нескольких ПИФов
2. Ценная бумага, гарантирующая получение высокого дохода
- 3. Сложный финансовый инструмент, состоящий из двух более простых, подобранных в определенной пропорции**

29. Долговой финансовый инструмент:

1. акция
- 2. облигация**
3. обезличенный металлический счет

30. Выберите верное утверждение. Пользование кредитными средствами с кредитной

карты:

1. В среднем дешевле обычного банковского кредита
2. В среднем дороже, чем услуги микрофинансовых организаций
- 3. В среднем дороже обычного банковского кредита**

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

1. К видам документации по обеспечению экологической безопасности не относится:

1. обосновывающая документация
- 2. обязующая документация**
3. договорная документация
4. отчётная документация

2. Экологический контроль – это:

1. определенный вид деятельности государственных и общественных органов по наблюдению за состоянием окружающей природной среды, ее изменениями под влиянием хозяйственной и иной деятельности, проверке выполнения планов и мероприятий по охране природы, рациональному использованию природных ресурсов, оздоровлению природы, соблюдению требований природоохранного законодательства и нормативов качества окружающей природной среды

2. определенный вид деятельности общественных органов по наблюдению за состоянием окружающей природной среды, ее изменениями под влиянием хозяйственной и иной деятельности, проверке выполнения планов и мероприятий по охране природы, рациональному использованию природных ресурсов, оздоровлению природы, соблюдению требований природоохранного законодательства и нормативов качества окружающей природной среды

3. определенный вид деятельности государственных органов по наблюдению за состоянием окружающей природной среды, ее изменениями под влиянием хозяйственной и иной деятельности, проверке выполнения планов и мероприятий по охране природы, рациональному использованию природных ресурсов, оздоровлению природы, соблюдению требований природоохранного законодательства и нормативов качества окружающей природной среды

3. К числу важнейших органов государственного экологического контроля относится:

1. Государственная дума РФ
- 2. Федеральная служба России по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды и ее органы на местах**
3. Правительство РФ
4. Федеральная служба экологического контроля РФ

4. Должностные лица органов государственного экологического контроля имеют право:

1. всё вышеперечисленное

2. проверять работу очистных сооружений и других обезвреживающих устройств, средств их контроля, соблюдение нормативов качества окружающей природной среды, природоохранного законодательства, выполнение планов и мероприятий по охране окружающей природной среды

3. принимать решения об ограничении, приостановлении, прекращении работы предприятий, сооружений, иных объектов и любой деятельности, причиняющей вред окружающей природной среде и несущей потенциальную опасность для здоровья человека

4. выдавать разрешения на право выброса, сброса, размещения вредных веществ

5. Кем осуществляется производственный экологический контроль?

1. **экологической службой предприятия, организации**
2. государственной службой экологического контроля
3. работниками, осуществляющие работу с отходами

6. Что было сделано на первом этапе развития экологии?

1. Собрано много видов животных
2. Изучение природы заменяется господством схоластики и богословия.
3. Научились использовать огонь и орудия труда
4. **Накоплен и систематизирован фактический материал об условиях жизни организмов**

7. В каком году экология основалась как наука:

1. 1954 г.
2. 1904 г.
3. 1854 г.
4. **1860 г.**

8. Как называется взаимодействие между популяциями, при котором одна из них подавляет другую без пользы для себя

1. мутуализм.
2. **аменсализм.**
3. комменсализм.
4. протокооперация.
5. паразитизм.

9. По степени очистки промышленные отходы делятся на:

1. **Проходящие очистку, непроходящие очистку.**
2. Выбрасываемые после очистки.
3. Периодические и непериодические.
4. Организованный и неорганизованный.
5. Горячие и холодные.

10. В каком году был введен термин «биоценоз»?

1. В 1990 г.
2. В 2003 г.
3. В 2000 г.
4. **В 1877 г.**

11. Как называются виды, которые широко распространены на планете?

1. Эндемики.
2. Убиквисты.
3. **Космополиты.**
4. Виоленты.

12. Каковы основные направления экологии?

1. Физическая, химическая, космическая.
2. Био-, гидро-, демэкология.
3. Гидро-, атмо-, литоэкология.

4. Зоо-, фито-, антропоэкология.

5. Аут-, син-, демэкология.

13. Как называется сфера разума?

1. Техносфера

2. Биосфера

3. Криосфера

4. Ноосфера

14. Какие вещества способствуют разрушению озонового слоя:

1. Неорганические вещества

2. Канцерогенные вещества

3. Фреоны.

15. Какие виды природопользования существуют?

1. Общие и индивидуальные.

2. Государственные и индивидуальные.

3. Общие и специальные.

16. Как называется превращение органических соединений из неорганических за счет энергии света?

1. Фотосинтез.

2. Фотопериодизм.

3. Гомеостаз.

17. Как называется совокупность всех растительных организмов?

1. экотип.

2. фауна

3. флора

18. Как называются физико-химические процессы очистки сточных вод?

1. Окисление и экстракция.

2. Природная очистка

3. Нейтрализация и озонизация.

19. Что относят к исчерпаемым природным ресурсам?

1. Космические.

2. Флора, фауна, почва

3. Солнечная радиация.

20. Какие автотрофные организмы способны производить органические вещества из неорганических:

1. Консументы.

2. Литотрофы.

3. Продуценты.

21. Что из перечисленного определяется как "обстановка на определенной территории, сложившаяся в результате аварии, опасного природного явления, катастрофы, стихийного или иного бедствия, которые могут повлечь или повлекли за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей"?

1. Чрезвычайная ситуация

2. Зона чрезвычайной ситуации
3. Чрезвычайное происшествие

22. Что из перечисленного не входит в основные мероприятия, проводимые органами управления и силами единой системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, в режиме чрезвычайной ситуации?

1. Восполнение при необходимости резервов материальных ресурсов, созданных для ликвидации чрезвычайных ситуаций

2. Непрерывный контроль за состоянием окружающей среды, мониторинг и прогнозирование развития возникших чрезвычайных ситуаций, а также оценка их социально-экономических последствий

3. Проведение мероприятий по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций

4. Непрерывный сбор, анализ и обмен информацией об обстановке в зоне чрезвычайной ситуации и в ходе проведения работ по ее ликвидации

23. Что из перечисленного определяется как стремительный поток смеси воды, песка и камней большой разрушительной силы в результате дождей (бурного таяния снега)?

1. Обвал

2. Сель

3. Оползень

4. Карстовый провал

24. Кто несет персональную ответственность за организацию и проведение мероприятий по гражданской обороне и защите населения в организации?

1. Главный технический специалист организации

2. Руководитель организации

3. Представитель профсоюзной организации

4. Ответственное лицо из административно-технического персонала, назначенное приказом руководителя

25. В каком случае укрываемым в защитном сооружении разрешается самостоятельно включать и выключать электроосвещение, инженерные агрегаты?

1. Запрещается в любом случае

2. В случае падения температуры ниже 12С

3. В случае нахождения в сооружении более двух суток

4. В случае самостоятельного открытия укрываемыми герметических дверей

26. Что такое карантин?

1. Длительное медицинское обследование работающего населения для выявления профессиональных заболеваний

2. Ограничение передвижения работников предприятия для предупреждения распространения панических слухов и настроений в случае возникновения ЧС

3. Специально организуемое медицинское наблюдение за населением в очаге бактериологического поражения, направленное на своевременное выявление и изоляцию в целях предупреждения распространения эпидемических заболеваний

4. Система наиболее строгих изоляционно-ограничительных мероприятий, проводимых для предупреждения распространения инфекционных заболеваний из очага поражения и для ликвидации самого очага

27. Какой административный штраф предусмотрен для юридических лиц за невыполнение требований норм и правил по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций?

1. От 100 000 до 200 000 рублей
2. От 120 000 до 220 000 рублей
3. От 50 000 до 100 000 рублей
4. От 150 000 до 250 000 рублей

28. Какое из перечисленных кровотечений пострадавшего характеризуется тем, что поступающая из раны кровь ярко-алого цвета и струя бьет фонтаном?

1. Паренхиматозное кровотечение
2. Капиллярное кровотечение
3. Венозное кровотечение
4. **Артериальное кровотечение**

29. Что из перечисленного не входит в состав аптечек для оказания первой помощи работникам?

1. Устройство для проведения искусственного дыхания "Рот - Устройство - Рот"
2. Маска медицинская нестерильная
3. **Антибиотики широкого круга действия**
4. Лейкопластырь бактерицидный

30. Что понимается под термином "противопожарный режим"?

1. **Совокупность установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации и муниципальными правовыми актами по пожарной безопасности требований пожарной безопасности, определяющих правила поведения людей, порядок организации производства и (или) содержания территорий, зданий, сооружений, помещений организаций и других объектов защиты в целях обеспечения пожарной безопасности**
2. Действия по обеспечению пожарной безопасности, в том числе по выполнению требований пожарной безопасности
3. Специальные условия социального и технического характера, установленные в целях обеспечения пожарной безопасности законодательством Российской Федерации, нормативными документами или уполномоченным государственным органом
4. Состояние защищенности личности, имущества, общества и государства от пожаров.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

1) Мысленный прообраз какого-либо действия, предмета, явления, принципа, выделяющий его основные, главные и существенные черты. О чём идёт речь?

- А) анализ;
- Б) **идея;**
- В) размышление;
- Г) изучение.

2) Поиск рекламной идеи связан с...

- А) размышлением;
- Б) анализом;
- В) вдохновением;
- Г) **творчеством.**

3) Поиск рекламной идеи – это... (выберите верный вариант):

- 4) А) командная работа;

- Б) логический процесс;
- В) индивидуальное творчество;
- Г) **возможны все варианты.**

5) Может ли родиться рекламная идея с первой же попытки?

- б) А) да;
- Б) нет.

7) Верно ли утверждение, что чем больше команда, тем быстрее найдётся рекламная идея?

- А) да;
- Б) **нет.**

8) Поможет ли опыт изучения уже созданной рекламы в процессе поиска рекламной идеи?

- А) да;
- Б) нет;
- В) **может да, может нет.**

9) Умственный процесс свободной реализации мысли во внешнем мир – это...

- А) **творчество;**
- Б) логика;
- В) размышление;
- Г) изобретательство.

10) Творческие способности называются также:

- А) инициативность; Б) талант;
- В) **креативность;**
- Г) прогрессивность.

11) Облечённая в определённую художественную форму информационная суть рекламного обращения, образный способ представления наиболее значимых для потребителя свойств продукта, аргументов и доказательств его преимуществ – это...

- А) **рекламная идея;**
- Б) рекламный креатив;
- В) рекламное объявление;
- Г) рекламный продукт.

12) Благодаря чему реклама привлечёт внимание, будет более благосклонно восприниматься потребителями, станет более запоминаемой, позволит добиться поставленной цели с меньшими затратами? Благодаря...

- А) весёлому сценарию;
- Б) **сильной идее;**
- В) присутствию знаменитости;
- Г) ни один из вариантов.

13) Рекламная идея может передаваться через:

- А) текст;
- Б) слоган;
- В) образ;
- Г) **все варианты.**

14) Скрытая реклама – это...

А) **размещение торговой марки, товара или упоминания о нём в продуктах индустрии развлечений;**

Б) размещение рекламы на продукции другой компании;

В) размещение рекламы на рекламных щитах;

Г) упоминание о товаре или предприятии в газетах и журналах.

15) Фирменный знак - это...

А) отличительная особенность логотипа;

Б) полный комплект фирменных элементов;

В) **совокупность специально разработанного уникального графического изображения и логотипа;**

Г) совокупность цветовой гаммы и логотипа.

16) Реклама потребностей – это...

А) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и её потребностях в чём-либо;

Б) информирование потребителей о товаре;

В) реклама товара для определённой группы потребителей;

Г) **выявление среди потребителей потребности в данном товаре.**

17) По способу воздействия рекламы на целевую аудиторию различают...

А) информативную и потребительскую;

Б) визуальную и эмоциональную;

В) **рациональную и эмоциональную;**

Г) телевизионную и радиорекламу.

18) В зависимости от характера и особенностей рекламного обращения различают...

А) визуальную, слуховую, информативную рекламу;

Б) интерактивную, слуховую, визуальную рекламу;

В) **информативную, убеждающую, напоминающую рекламу;**

Г) рациональную, иррациональную рекламу.

19) Рациональная реклама...

А) **информирует, обращается к разуму потенциального клиента, приводит доводы для его убеждения, чаще всего в словесной форме;**

Б) разъясняет, заставляет задуматься о смысле покупки потенциального покупателя;

В) информирует покупателя о производителе и цене покупки;

Г) рассказывает покупателю о достоинствах и недостатках данного продукта.

20) По типу целевой аудитории реклама бывает...

А) направленная на индивидуального покупателя и на массового покупателя;

Б) направленная на потенциального покупателя и реального потребителя;

В) **направленная определённую группу потребителей и различные сферы деятельности человека;**

Г) направленная на сферу бизнеса и направленная на индивидуального потребителя.

21) Интерактивный маркетинг – это...

А) исследование интерактивного рынка продукции;

Б) **торговля по телефону и через интернет;**

В) электронная торговля, связывающая потребителя с компьютеризированным банком данных продавца;

Г) исследование торговли через сеть Интернет.

22) В три раза лучше запоминаются заголовки рекламных текстов...

А) содержащие менее шести слов;

Б) содержащие 2-3 слова; В) связанные по смыслу; Г) **в стихотворной форме.**

23) Корпоративный герой - это...

А) **определённый персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух её деятельности;**

Б) человек, являющийся «лицом» компании;

В) представитель данной компании;

Г) изображение животного на эмблеме компании.

24) Основной задачей информативной рекламы является...

А) **доведение до потенциальных клиентов информации о предприятии, услугах, их характеристиках, и т. д.;**

Б) обращение к потенциальному клиенту, приводит доводы для его убеждения, чаще всего в словесной форме;

В) обращается к чувствам, эмоциям, воспоминаниям, действует через ассоциации, в основном посредством звука;

Г) чётко адресованная определённой группе потребителей.

25) Главная задача рекламного текста — ...

А) рассказать о недостатках и достоинствах товара;

Б) оповестить людей о товаре;

В) **пробудить интерес, вызвать доверие и часто заставить приобрести рекламируемый товар;**

Г) агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар, и рассчитана на краткосрочную перспективу.

26) Оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных - это...

А) обратный мозговой штурм;

Б) **мозговой штурм;**

В) метод фокальных объектов;

Г) метод стимулирования активности.

27) Метод генерации плохих идей и поиск решений для их превращения в хорошие – это...

А) **обратный мозговой штурм;**

Б) мозговой штурм;

В) метод фокальных объектов;

Г) метод стимулирования активности.

28) Что не является признаком неудачных рекламных идей?

А) Банальность;

Б) **оригинальность;**

В) невыразительность;

Г) чрезмерная сложность.

29) Метод поиска новых идей путём присоединения к исходному объекту свойств или

признаков случайных объектов – это...

- А) обратный мозговой штурм;
- Б) мозговой штурм;
- В) **метод фокальных объектов;**
- Г) метод стимулирования активности.

30) Хорошая рекламная идея должна быть...

- А) весёлой;
- Б) **убедительной;**
- В) напористой;
- Г) шокирующей.

31) Если в процессе поиска рекламной идеи после ста попыток она так и не была найдена, нужно...

- А) провести консультации с рекламодателем на предмет смены направления работы;
- Б) передать работу другой группе;
- В) **продолжить поиск;**
- Г) отказаться от работы.

32) Самая лучшая рекламная идея, это та, которая:

- А) рождается спонтанно;
- Б) является результатом длительной работы профессионалов;
- В) основана на исследованиях рынка;
- Г) **все варианты.**

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

1. Этапы разработки макета рекламы

- А) Неполный макет; оригинал-макет; эскиз; окончательный этап
- Б) **Эскиз; черновой макет; неполный макет; оригинал-макет; окончательный этап**
- В) Эскиз; оригинал-макет; неполный макет; черновой макет
- Г) Черновой макет; оригинал-макет; неполный макет; окончательный этап

2. Задачи эскиза в создании рекламы.

- А) Создание готовой рекламной продукции в самом начале работы
- Б) **Поиск лучшего возможного решения задачи**
- В) Отрисовка всех элементов рекламы в окончательном варианте

3. Средство художественно-изобразительной выразительности в рекламе

- А) Публицистический стиль
- Б) Баннер
- В) Листовка
- Г) **Иллюстрация**

4. Визуальные средства рекламы.

- А) **Фотография и рисунок**
- Б) Рекламное сообщение в виде текста
- В) Наружная реклама
- Г) Линия

5. Назначение визуальных средств рекламы.

- А) Дать повод для размышлений
- Б) Отпугнуть потенциального клиента
- В) Привлечь внимание читателя**

6. Как происходит выбор визуального средства в зависимости от поставленной задачи рекламы.

- А) Выбор визуального средства зависит от типа и вида рекламы**
- Б) Выбор визуального средства зависит от потребителя
- В) Выбор визуального средства зависит от доходов рекламной кампании

7. Принцип целесообразности с точки зрения дизайна рекламы.

- А) Принцип целесообразности предполагает наличие цели, идеи, смысла и художественной задачи**
- Б) Принцип целесообразности предполагает равновесие всех визуальных элементов рекламы
- В) Принцип целесообразности предполагает ответы на вопросы клиента

8. Принцип единства в композиции с точки зрения дизайна рекламы.

- А) Принцип единства обеспечивает единение заказчика рекламы и его клиента
- Б) Принцип единства обеспечивает целостность композиции в рекламе**

9. Принцип доминанты в композиции с точки зрения дизайна рекламы.

- А) Принцип доминанты заключается в создании строго вертикальной композиции в рекламном дизайне.
- Б) Доминанта является смысловым центром в композиции**
- В) Принцип доминанты расставляет акценты в дизайне рекламы.

10. Firmenный стиль – это

- А) оболочка, которую наполняют конкретным содержанием.
- Б) средство формирования имиджа фирмы,
- В) индивидуальность фирмы, вынесенная на обозрение.
- Г) это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным мероприятиям; улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, партнерами, независимыми наблюдателями не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности**

11. Решение художественного образа в зависимости от вида рекламного продукта.

- А) В текстовой рекламе будет преобладать работа с иллюстрацией.
- В) В наружной рекламе нужно использовать максимум вербальной информации.
- Г) В текстовой рекламе будет преобладать работа с шрифтовой композицией.**

12. Цель дизайна рекламы.

- А) Вызвать восхищение дизайном рекламы
- Б) Упрощение восприятия ключевого сообщения рекламы**
- В) Поиск готового рекламного продукта
- Г) Использование тропов для рекламной кампании

13. Художественный элемент в рекламе

- А) Способен произвести впечатление на покупателя в отрыве от бренда
- Б) Решает конкретные задачи, способствует запоминаемости рекламы, может существовать в отрыве от рекламируемого товара**

В) Решает конкретные задачи, не влияет на запоминаемость рекламы

14. Фирменный стиль содержит обычно не более

А) **3-х цветов**

Б) 4-х цветов

В) 2-х цветов

Г) все ответы верны

15. Объемное изображение, которое дает представление о пространственной структуре, размерах и пропорциях объекта называется

А) Перспектива

Б) Эскиз

В) **Макет**

Г) Чертеж

16. Роль эскиза как связующего звена между готовой концепцией и творческой идеей.

А) Эскиз определяет вид окончательного продукта.

Б) **Эскизирование это поиск, который способствует выбору наилучшего решения.**

В) Творческая идея не имеет никакой связи с готовой концепцией.

17. Процесс рекламного творчества.

А) Подготовительный; этап концентрации; синтез; слежение; иллюстрация

Б) Подготовительный; синтез; адаптация; анализ и представление проекта; иллюстрация; адаптация.

В) Подготовительный; инкубация идей; этап концентрации; синтез; иллюстрация; анализ и представление проекта; адаптация.

Г) **Подготовительный; этап концентрации; инкубация идей; синтез; анализ и представление проекта; иллюстрация; слежение; адаптация.**

18. Акцент в дизайне рекламы.

А) **«Ударение» на элементе рекламы, для концентрации на нем зрителя**

Б) Уравновешенность частей в рекламном сообщении

В) Пропорциональное деление пространства

19. Значение разработки эскизов рекламы.

А) Художественное эскизирование делается для привлечения клиента

Б) Эскиз не несет никакой важной роли в разработке концепции рекламы

В) **Эскиз – это связующее звено между творческой идеей и готовую концепцию**

20. Требования, предъявляемые к рекламе и рекламному творчеству.

А) **Реклама должна выставлять продукт в выгодном свете, реклама должна хорошо запоминаться**

Б) Реклама не должна отвечать фирменному стилю компании

В) Реклама должна содержать большой объем информации

21. Вид графической графики, которая даёт максимальное количество информации о продукте при минимальном размере изображения...

А) книжная миниатюра

Б) **этикетка**

В) марка

Г) все ответы верны

22. Театральный плакат обычно называется...

- А) объявлением
- Б) афишей**
- В) плакат театральный
- Г) спектакль плакат

23. Особенности разработки эскиза дизайна наружной рекламы.

- А) Необходимо отсутствие главных элементов фирменного стиля для формирования представление о компании
- Б) Основной месседж рекламы доносится с помощью текста
- В) Минимум текстовой информации – общее правило для разработки дизайна всех видов наружной рекламы**

24. Особенности разработки плакатов.

- А) В разработке плаката ведущую роль играет иллюстрация**
- Б) В разработке плаката ведущую роль играет текст
- В) В разработке плаката главенствующую роль играет изображение счастливого клиента

25. В чем заключаются плюсы рекламных листовок.

- А) Компактность, бюджетная цена, оперативность делают этот вид полиграфических изданий результативным и востребованным.**
- Б) Рекламные листовки производят неизгладимое впечатление, в отличие от других видов рекламы
- В) Рекламные листовки удобно распространять среди потенциальных покупателей

26. Логотип, - это элемент фирменного стиля, представляющий собой

- А) оригинальное начертание производителя товара
- Б) графическое изображение**
- В) фирменную гамму цветов
- Г) фирменный блок

27. Функции логотипа бренда.

- А) Логотип – это основообразующий элемент фирменного стиля.**
- Б) Логотип должен отвечать запросам любой аудитории.
- В) Логотип не выполняет эстетической функции.

28. Грамотный подбор цветовой гаммы в дизайне рекламы способствует

- А) Выработке отрицательного отношения у покупателя к рекламному продукту
- Б) Запоминаемости рекламы и рекламного продукта**
- В) Быстрому угасанию интереса покупателя

29. Этапы разработки проекта выставочного стенда.

- А) Составление технического задания; подготовка макета оформления; разработка 3D-проекта стенда; согласование готового дизайн-проекта**
- Б) Разработка 3D-проекта стенда; подготовка макета оформления; составление технического задания; согласование готового дизайн-проекта
- В) Подготовка макета оформления; составление технического задания; согласование готового дизайн-проекта

30. Основные задачи дизайна упаковки.

- А) **Задача дизайна упаковки представлять его на полке в наиболее выгодном свете**
- Б) Упаковка должна соответствовать всем предпочтениям любого покупателя
- В) Задача дизайна упаковки не в том, чтобы проинформировать покупателя

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты

- 1) Автор – это...
 - А) создатель рекламы;
 - Б) правообладатель;
 - В) рекламопроизводитель;
 - Г) **физическое лицо, творческим трудом которого создано произведение.**

- 2) Информация, которая зачитывается диктором – это:
 - А) **радиообъявление;**
 - Б) радиоролик;
 - В) телеролик;
 - Г) телерепортаж.
- 3) Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:
 - А) почтовая реклама;
 - Б) **наружная реклама;**
 - В) подарочные изделия;
 - Г) рекламные сувениры.

- 4) Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:
 - А) **стратегия рекламы;**
 - Б) понимание;
 - В) задача рекламы;
 - Г) принцип рекламы.

- 5) Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:
 - А) рынок;
 - Б) рекламное агентство;
 - В) **средство распространения рекламы;**
 - Г) таргетинг.

- 6) К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?
 - А) **Товарная реклама;**
 - Б) престижная реклама;
 - В) информативная реклама;
 - Г) увещательная реклама.

- 7) Рекламно-информационное письмо относится к:
 - А) рекламным материалам;
 - Б) **почтовой рекламе;**
 - В) рекламным сувенирам;
 - Г) наружной рекламе.

- 8) Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это:
 - А) фирменные упаковочные материалы;

- Б) фирменные сувенирные изделия;
- В) **подарочные изделия;**
- Г) серийные сувенирные изделия.

9) Какова ключевая функция рекламы?

- А) Образовательная;
- Б) **информационная;**
- В) развлекательная;
- Г) нравственная.

10) Что такое ненадлежащая реклама?

- А) Реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ;
- Б) реклама, которую общественность признает неэтичной;
- В) **реклама, которая не попадает под действие Закона «О рекламе»;**
- Г) реклама, выполненная без учета требований ГОСТа.

11) Недостоверная реклама в отличие от недобросовестной:

- А) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами;
- Б) порочит честь, достоинство или деловую репутацию конкурента;
- В) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством;
- Г) **содержит несоответствующие действительности сведения.**

12) Согласно «Закону о рекламе» в рекламе допускается:

- А) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;
- Б) указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти;
- В) демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;
- Г) **использование образов медицинских и фармацевтических работников в рекламе медицинских услуг.**

13) Какова главная задача брендинга?

- А) **Идентификация рекламируемого продукта;**
- Б) информирование аудитории;
- В) формирование отношения;
- Г) управление общественным сознанием.

14) С чем связано понятие «позиционирование рекламируемого продукта»?

- А) С позицией продукта на рынке;
- Б) с долей рынка компании;
- В) **с восприятием продукта потребителем;**
- Г) с размещением продукта в местах продаж.

15) Принцип манипулирования в рекламе означает:

- А) поиск и эксплуатацию личностных ценностей;
- Б) психологическое воздействие на массовую аудиторию;
- В) управление отдельной личностью;
- Г) **формирование потребительских желаний.**

16) К социальной рекламе не относится:

- А) **информация, распространённая любым способом;**
- Б) информация, ориентированная на людей с ограниченными возможностями;
- В) информация, упоминающая спонсоров и средства их индивидуализации;
- Г) информация, направленная на обеспечение интересов государства.

17) Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму:

- А) рекламодатель;
- Б) рекламораспространитель;
- В) **рекламопроизводитель;**
- Г) потребитель рекламы.

18) Что включает в себя стадия рекламного процесса «Анализ и проектирование рекламно-маркетинговых коммуникаций»?

- А) Знакомство с компанией Заказчика;
- Б) **выявление возможностей и потенциалов для коммуникаций;**
- В) размещение рекламных материалов в СМИ;
- Г) заключение договора на отдельные виды рекламных услуг и работ.

19) Что входит в задачи копирайтера?

- А) Копирование документов;
- Б) **написание рекламных текстов;**
- В) съёмка и изготовление рекламных роликов;
- Г) планирование рекламных коммуникаций.

20) Какая-либо особенность компании, заключающаяся в продукте, сервисе или в чём-то ещё:

- А) уникальность компании;
- Б) популярность среди определённой целевой аудитории;
- В) **уникальное торговое предложение;**
- Г) способность стать лидером мнения.

21) НЛП в рекламе – это...

- А) необходимость личного пользования;
- Б) нейробиологическая потребность;
- В) научно-лингвистический подход;
- Г) **нейролингвистическое программирование.**

22) Что не относится к процессу производства рекламных материалов?

- А) **Постпродакшн;**
- Б) размещение в СМИ;
- В) получение заказа от рекламодателя;
- Г) печать рекламного баннера.

23) Принцип "говорить с потребителем на его языке" в рекламе означает:

- А) формальное общение с целевой аудиторией в соответствии с действующим Законодательством РФ;
- Б) **умение привлечь внимание аудитории, выбрав верный тон и придерживаясь адекватной формы и стиля рекламного обращения;**
- В) изучить и использовать на практике язык мимики и жестов, понятных целевому потребителю;

Г) игнорировать общепринятые нормы общения, использовать самобытные речевые обороты и выражения.

24) Рекламное воздействие через рекламное сообщение (обращение) не должно:

А) быть интересным;

Б) быть понятным;

В) содержать конкретную информацию;

Г) **содержать полную и исчерпывающую информацию о продукте.**

25) Что является базовым в иерархии потребностей А. Маслоу?

А) **Безопасность;**

Б) принадлежность;

В) гармония;

Г) уважение.

26) Какой элемент не входит в формулу AIDA?

А) Внимание;

Б) желание;

В) **стремление;**

Г) интерес.

27) Что не является обязательным при работе над рекламным текстом?

А) Ранжирование списка выгод;

Б) работа с аудиторией;

В) определение позиций УТП;

Г) **участие рекламодателя непосредственно в написании текста.**

28) Что не входит в процесс разработки креативных решений?

А) Тестирование рекламных материалов;

Б) анализ брифа;

В) **размещение в СМИ;**

Г) визуализация идеи.

29) В каких случаях возникает необходимость в разработке рекламной кампании?

А) Появление новых каналов коммуникации;

Б) значительное изменение рыночной ситуации;

В) финансовые трудности у рекламодателя;

Г) **всё вышеперечисленное.**

30) От каких двух составляющих рекламирования главным образом зависит успех рекламы?

А) Правильности организации взаимодействия со СМИ и согласования рекламного бюджета;

Б) интенсивности рекламного воздействия и быстрого запуска рекламной кампании;

В) **качества рекламных материалов и необходимой интенсивности рекламного воздействия;**

Г) адекватности аудитории и креатива высокого уровня.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

1. Художественное средство, благодаря которому достигается графическое оформление печатного текста посредством набора и верстки

- А) графика
- Б) дизайн-графика
- В) шрифт**
- Г) типографика

2. К графическому дизайну рекламного текста не относятся:

- А) прописные и строчные буквы
- Б) шрифты и кегли
- В) типографика**
- Г) цвета, украшения и спецэффекты для букв
- Д) авторская сигнатура

3. Шрифтовая гарнитура это

- А) набор из одного или нескольких шрифтов в одном или нескольких размерах и начертаниях, имеющих стилевое единство рисунка и состоящих из определённого набора типографских знаков**
- Б) шрифт, используемый при создании логотипа
- В) нет правильного ответа

4. Последствия применения крупного шрифта в текстовой части сообщения:

- А) эффективность текста увеличивается
- Б) контрастнее восприятие отдельных частей текста
- В) больше вероятность заострения внимания на отдельных элементах текста
- Г) возможность заострения внимания на некоторых элементах текста.
- Д) текст хуже воспринимается**

5. Рекламные сообщения в прессе лучше всего воспринимаются в виде

- А) квадрата
- Б) строки
- В) столбца**
- Г) круга или эллипса
- Д) прямоугольника

6. Как называется печатное объявление в газете, расположенное во всю ширину полосы, обладающая хорошей степенью запоминаемости?

- А) лента**
- Б) каук
- В) коллаж
- Г) информационный блок
- Д) подвал

7. В каких шрифтах символ формируется как набор точек (пикселей)?

- А) векторные шрифты
- Б) пропорциональные шрифты
- В) растровые шрифты**
- Г) непропорциональные шрифты

8. Основные признаки корпоративного шрифта.

- А) корпоративный шрифт должен быть разборчивым, а также удобным для восприятия; маркетинговое соответствие**
- Б) вычурность шрифта, маркетинговое соответствие

- В) нет правильного ответа
- Г) оба ответа верны

9. Укажите способ вставки таблицы в текстовый редактор Word:

- А) меню Таблица / Вставить / Таблица
- Б) меню Вставка / Таблица**
- В) с помощью контекстного меню
- Г) меню Таблица / Вставить / Строки

10. Шрифты, в которых все символы имеют одинаковую ширину, называют...

- А) векторные шрифты
- Б) пропорциональные шрифты
- В) растровые шрифты
- Г) непропорциональные шрифты**

11. В оформлении дизайна рекламного текста

- А) считается, например, что инициал (первая буква в абзаце, набранная большим по размеру или особо выделенным шрифтом) повышает восприятие на 13%, использование изображения помимо текста-на 25%
- Б) основную мысль, ключевое слово необходимо выделить максимально крупным шрифтом
- В) подзаголовок помогает перейти к следующей мысли или выделить определенный раздел объявления
- Г) все ответы верны**

12. Искусство выбора шрифта и набора текстов называется

- А) печатное исполнение**
- Б) текстовое оформление
- В) типография
- Г) графический дизайн

13. Выберите правильное утверждение

- А) цветовое решение должно визуально поддерживать текст
- Б) цветовое решение должно быть гармоничным с выбранным шрифтом, расположением букв в композиции
- В) оба ответа верны**

14. Шрифты можно разделить на:

- А) Times New Roman и Arial
- Б) антиквы и гротески**
- В) нет правильного ответа
- Г) оба ответа верны

15. Дан текст: «Колонтитул – это часть страницы, на которой размещён постоянный текст». Определите начертания данного текста.

- А) полужирный с подчёркиванием
- Б) полужирный курсив
- В) курсив
- Г) курсив с подчеркиваем**

16) Лид (lead) – это...

- А) первый абзац в тексте, который следует сразу за заголовком;**

- Б) заголовок в тексте;
- В) основная содержательная часть в тексте;
- Г) разновидность УТП (уникального торгового предложения).

17) Эхо-фраза – это...

- А) дважды повторенный заголовок;
- Б) **завершающий элемент структуры рекламного текста, по форме приближенный к слогану;**
- В) синоним слогана;
- Г) повторение заголовка задом-наперёд.

18) Слоган – это...

- А) девиз компании;
- Б) название компании;
- В) **лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения;**
- Г) заголовок любого рекламного сообщения.

19) Рекламный текст должен быть...

- А) не содержать грамматических ошибок;
- Б) **лаконичным;**
- В) обязательно с юмором;
- Г) подробным.

20) Какая-либо особенность компании, заключающаяся в продукте, сервисе или в чём-то ещё:

- А) уникальность компании;
- Б) популярность среди определённой целевой аудитории;
- В) **уникальное торговое предложение;**
- Г) способность стать лидером мнения.

21) НЛП в рекламе – это...

- А) необходимость личного пользования;
- Б) нейробиологическая потребность;
- В) научно-лингвистический подход;
- Г) **нейролингвистическое программирование.**

22) Информация, которую старается донести фирма-производитель к потребителям, которые пользуются её товарами или услугами – это...

- А) **рекламное сообщение;**
- Б) рекламный текст;
- В) рекламный ролик;
- Г) УТП (уникальное торговое предложение).

23) Рекламный текст используется:

- А) в печатной рекламе;
- Б) в телевизионной рекламе;
- В) **все варианты;**
- Г) в радиорекламе.

24) “Продаётся гараж. Тел.” Данное рекламное объявление можно охарактеризовать как:

- А) эмоциональное;
- Б) **рациональное;**
- В) рационально-эмоциональное;
- Г) все варианты.

25) Минимум текста должно быть в рекламе:

- А) на радио;
- Б) на телевидении;
- В) **на уличном баннере;**
- Г) в печатной рекламе.

26) Большой по объёму рекламный текст положительно воспринимается в рекламе:

- А) телевизионной;
- Б) **печатной;**
- В) радио;
- Г) на транспорте.

27) Аудиовизуальная реклама, это реклама:

- А) **на ТВ;**
- Б) на радио;
- В) в журналах;
- Г) в подвижном транспорте.

28) Грамматические ошибки в рекламе – это...

- А) недопустимо;
- Б) **возможно;**
- В) признак неграмотности автора рекламы;
- Г) случайность.

29) Лучше всего запоминается рекламный текст:

- А) короткий;
- Б) весёлый;
- В) **с рифмой;**
- Г) повторенный несколько раз.

30) Для рекламного объявления в газете характерно:

- А) дешевизна;
- Б) возможность сделать его многословным;
- В) возможность отказаться от изображения;
- Г) **все варианты.**

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

1. Требования к образу рекламного продукта.

- А) **Сбалансированность, четкость, логическая ясность**
- Б) Запоминаемость, обязательное наличие юмора
- В) Полихромность, наличие ярких цветов
- Г) Наличие узнаваемого персонажа, многофигурность

2. Отличия образа как средства визуальной коммуникации.

- А) образ можно перевести на другой язык

Б) образ должен быть понятен зрителю

В) образ должен быть максимально нагружен смысловыми деталями

3. Изображения, которые относятся к классификации изображений в рекламе по смысловому содержанию

А) Знак, символ, прямое представление товара

Б) Фотографии, рисованные иллюстрации

В) рекламный образ

Г) Анимация, видео

4. К типологическим коммуникационным моделям рекламного образа относятся ...

А) образ-действие

Б) образ-субстанция

В) образ-видение

5. К «привычным образам» в рекламе относятся ...

А) исторический образ

Б) образ семьи

В) образ жизни

Г) духовный образ

6. Появившаяся в России технология продакт плейсмент (product placement) – это

А) рекламирование полной линейки продукции в рамках одного рекламного ролика

Б) органичная интеграция в структуру фильма рекламы товаров и услуг

В) продвижение товаров в сети Интернет, на телевидении, на радио, в прессе

7. Предмет, знак, элемент рекламного сообщения, призванный привлечь внимание и в то же время никак не связанный с рекламируемым товаром, – это

А) ай-стоппер (eye stopper)

Б) ай-кетчер (eye catcher)

В) ай-холдер (eye holder)

Г) ай-тизер (eye teaser)

8. Что не выступает в роли раздражителя, вызывая непроизвольное внимание к внешнему виду или свойствам рекламного средства?

А) динамичность

Б) интенсивность

В) контрастность

Г) размер

Д) имидж

9. Специалист по созданию художественного образа продуктов питания и напитков – это

А) натур-стилист (nature stylist)

Б) кук-стилист (cook stylist)

В) фуд-стилист (food stylist)

Г) наришмент-стилист (nourishment stylist)

10. Визуальное и вербальное воплощение рекламного образа обуславливает

А) ключ-подсказка

Б) ай-стоппер

В) слоган-идея

Г) сюжет

11. Общим законом возникновения замысла является соединение ...
- А) образа и идеи
 - Б) текста и действия
 - В) задачи и цели
 - Г) стимула и действия
12. Стилизация это
- А) Создание упрощенного образа, имитирующего реальность
 - Б) намеренная имитация художественного стиля, характерного для какого-либо автора, жанра, течения и др.**
 - В) Воспроизведение того, что существует, с помощью простых фигур
13. Какие эстетические качества должны находить отражение в рекламном образе?
- А) Лаконичность, четкость, цветовая гамма
 - Б) Гармоничность пропорций, цветовая гамма, акцент**
 - В) лаконичность, гармоничность пропорций, четкость, целесообразность целого
 - Г) Гармоничность пропорций, целесообразность целого, цветовая гамма
14. Термин «тропы» происходит от греческого слова, означающего
- А) перемещение, движение
 - Б) управление, руководство
 - В) речевой оборот, поворот**
15. Чем должна обладать творческая концепция?
- А) свежая форма обращения
 - Б) воплощение идеи, творческий подход
 - В) эмоционально привязана к чувствам
 - Г) юмор должен быть уместен и привязан к товару
 - Д) актуальностью, оригинальностью воздействия**
16. Ключевое изображение – это:
- А) постоянный визуальный фон, на котором подаётся рекламная информация
 - Б) главный элемент рекламного сообщения: как правило, предмет рекламы
 - В) неожиданная рекламная «разгадка» замысловатого художественного сюжета
 - Г) зеркальное отображение», контрастный антипод заголовка, улучшающий восприятие текста
 - Д) преобладающий образ, вокруг которого строится рекламное сообщение**
17. Что играет важную роль в процессе восприятия?
- А) контрастность цветов рекламы
 - Б) фоновая музыка рекламы
 - В) нет правильного ответа
 - Г) объем внимания**
18. Каким не должен быть рекламный щит, размещённый у дороги, чтобы оказаться более конкурентоспособным и привлечь внимание проходящих?
- А) ярким
 - Б) броским
 - В) светящимся
 - Г) с оригинальными контурами

Д) с тусклыми оттенками цвета

19. К нравственным формам мотивации рекламы можно отнести использование мотивов:

- А) здоровья, надёжности, удобства и гарантий
- В) открытия, гордости, любви и радости
- С) гордости, справедливости, здоровья и уважения к старшим
- Д) здоровья и уважения к старшим.

Е) порядочности, уважения к старшим, защиты окружающей среды

20. Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей – это:

- А) бизнес реклама;
- Б) имиджевая реклама.
- В) политическая реклама.
- Г) Коммерческая реклама
- Д) социальная реклама;**

21. Зеленый цвет, используемый в рекламе:

- А) Олицетворяет стремление к власти и демонстрацию своего превосходства;
- Б) производит впечатление некоторой таинственности;
- В) успокаивает, снимает боль, усталость, олицетворяет свежесть;**
- Г) теплый, живой, беспокойный и раздражающий, символ опасности.

22. К наиболее сильным раздражителям среди цветов является:

- А) красный;
- Б) синий;
- В) зеленый;
- Г) бардовый.
- Д) оранжевый;**

23. Визуальные коммуникации в рекламе это

- А) Это всегда обращение к целевой аудитории; рассказ о продукте с помощью изображений, нацеленный повлиять на выбор покупателя**
- Б) Это вербальная информация
- В) Это способ донести до покупателя информацию с помощью текста

24. Изображения, которые относятся к классификации изображений в рекламе по изменяемости во времени

- А) Знак, символ
- Б) Анимация, видео, статичное изображение**
- В) Фотография, иллюстрация

25. Изображения, которые относятся к классификации изображений в рекламе по функциональному назначению

- А) Ай-стоппер, изображение-образ**
- Б) Фотография, иллюстрация
- В) Анимация, видео, статичное изображение

26. Элементы структурно-смыслового содержания рекламного образа

- А) «Форма» и «содержание»**
- Б) Цель и задачи

В) Форма и колорит

27. Какие из перечисленных цветов являются холодными

- А) Красный
- Б) Зеленый, черный
- В) Черный, синий;
- Г) Белый, черный.
- Д) **Синий, зеленый**

28. Какие из перечисленных цветов являются теплыми

- А) Зеленый, синий;
- Б) Оранжевый, синий;
- В) Черный, синий;
- Г) Белый, черный.
- Д) **Красный, оранжевый;**

29. Красный цвет в рекламе:

- А) Вызывает чувство спокойствия, пассивности
- Б) **Настраивает на решительность, способен вызвать у человека сильное желание совершить тот или иной поступок**
- В) Настраивает на коммуникабельность

30. Визуальный образ бренда это

- А) Логотип
- Б) **Графическая система идентификации объекта среди прочих подобных**
- В) Иллюстрации к рекламе этого бренда

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

1) Пиксель является – ...

- А) **основой растровой графики;**
- Б) основой векторной графики;
- В) основой фрактальной графики;
- Г) основой трёхмерной графики.

2) При изменении размеров растрового изображения – ...

- А) качество остаётся неизменным;
- Б) **качество ухудшается при увеличении и уменьшении;**
- В) при уменьшении остаётся неизменным, а при увеличении ухудшается;
- Г) при уменьшении ухудшается, а при увеличении остаётся неизменным.

3) Что можно отнести к устройствам ввода информации?

- А) Мышь, клавиатуру, экраны.
- Б) Клавиатуру, принтер, колонки.
- В) **Сканер, клавиатура, мышь.**
- Г) Колонки сканер клавиатура.

4) Какие цвета входят в цветовую модель RGB?

- А) Чёрный, синий, красный.
- Б) Жёлтый, розовый, голубой.

В) **Красный, зелёный, голубой.**

Г) Розовый, голубой, белый.

5) Интерполяция – это...

А) **разлохмачивание краёв при изменении размеров растрового изображения;**

Б) программа для работы с фрактальными редакторами;

В) инструмент в Photoshop;

Г) это слово никак не связано с компьютерной графикой.

6) Наименьшим элементом изображения на графическом экране монитора является...

А) курсор;

Б) символ;

В) линия;

Г) **пиксель.**

7) Наименьший элемент фрактальной графики – ...

А) пиксель;

Б) вектор;

В) точка;

Г) **фрактал.**

8) Какая программа предназначена для работы с векторной графикой?

А) Photoshop;

Б) **Corel Draw;**

В) Blender;

Г) Picasa.

9) При изменении размеров векторной графики качество изображения...

А) при уменьшении ухудшается, а при увеличении остаётся неизменным;

Б) при уменьшении остаётся неизменным, а при увеличении ухудшается;

В) качество ухудшается при увеличении и уменьшении;

Г) **качество остаётся неизменным.**

10) Чем больше разрешение, тем изображение...

А) **качественнее;**

Б) светлее;

В) не меняется;

Г) темнее.

11) Пикселизация эффект ступенек - это один из недостатков...

А) **растровой графики;**

Б) векторной графики;

В) фрактальной графики;

Г) масляной графики.

12) Графика, которая представляется в виде графических примитивов...

А) растровая;

Б) векторная;

В) трёхмерная;

Г) **фрактальная.**

- 13) Недостатки трёхмерной графики:
А) малый размер сохранённого файла;
Б) невозможно посмотреть объект на экране;
В) **необходимость значительных ресурсов на ПК для работы с данной графикой в программах.**
- 14) Сетка из горизонтальных и вертикальных столбцов, которую на экране образуют пиксели, называется...
А) видеопамять;
Б) видеоадаптер;
В) **растр;**
Г) дисплейный процессор.
- 15) Графический редактор Paint находится в группе программ...
А) утилиты;
Б) **стандартные;**
В) Microsoft Office.
- 16) К какому типу компьютерной графики относится программа Paint?
А) Векторная.
Б) Фрактальная.
В) **Растровая.**
Г) Трёхмерная.
- 17) Способ хранения информации в файле, а также форму хранения определяет...
А) пиксель;
Б) **формат;**
В) графика;
Г) гифка.
- 18) Графический редактор - это...
А) устройство для создания и редактирования рисунков;
Б) устройство для печати рисунков на бумаге;
В) программа для создания и редактирования текстовых документов;
Г) **программа для создания и редактирования рисунков.**
- 19) Графическим объектом НЕ является...
А) чертёж;
Б) **текст письма;**
В) рисунок;
Г) схема.
- 20) Растровым графическим редактором НЕ является...
А) GIMP;
Б) Paint;
В) **Corel draw;**
Г) Photoshop.
- 21) В процессе сжатия растровых графических изображений по алгоритму JPEG его информационный объем обычно уменьшается в ...
А) **10-15 раз;**
Б) 100 раз;

- В) не уменьшается;
- Г) 2-3 раза.

22) Качество изображения определяется количеством точек, из которых оно складывается, и это называется:

- А) цветовая способность;
- Б) **графическая развертка;**
- В) разрешающая развертка;
- Г) разрешающая способность.

23) Графическая информация на экране монитора представляется в виде:

- А) **светового изображения;**
- Б) растрового изображения;
- В) цветного изображения;
- Г) векторного изображения.

24) Графическое изображение, представленное в памяти компьютера в виде последовательности уравнений линий, называется:

- А) фрактальным;
- Б) **векторным;**
- В) линейным;
- Г) растровым.

25) В цветовой модели CMY описывает реальные полиграфические краски с помощью цветов:

- А) **голубой, пурпурный, жёлтый;**
- Б) белый, желтый, зелёный;
- В) красный, синий, зелёный;
- Г) чёрный, красный, зелёный.

26) Цветные изображения формируются в соответствии с:

- А) глубиной цвета;
- Б) палитрой цветов;
- В) двоичным кодом цвета;
- Г) **количеством цветов экрана.**

27) Диапазон цветов, который может быть воспроизведен каким-либо способом – называется:

- А) насыщенность;
- Б) переход;
- В) **цветовой охват;**
- Г) яркость.

28) Применение векторной графики по сравнению с растровой:

- А) не влияет на объём памяти, необходимой для хранения изображения и на трудоёмкость редактирования изображения;
- Б) увеличивает объём памяти, необходимой для хранения изображения, и прощает процесс редактирования изображения;
- В) **сокращает объём памяти, необходимой для хранения изображения, и облегчает редактирование изображения;**
- Г) не меняет способ кодирования изображения.

29) Трёхмерная графика — раздел компьютерной графики, совокупность приёмов и инструментов (как программных, так и аппаратных), предназначенных для:

- А) изображения черно-белых объектов;
- Б) **изображения объёмных объектов;**
- В) изображения плоских объектов;
- Г) изображения цветных объектов.

30) Выберите простейший графический редактор:

- А) Paint NET;
- Б) Gimp;
- В) **Paint;**
- Г) Inkscape.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

1) Моделирование — это...

- А) **процесс замены реального объекта (процесса, явления) моделью, отражающей его существенные признаки с точки зрения достижения конкретной цели;**
- Б) процесс неформальной постановки конкретной задачи;
- В) процесс замены реального объекта (процесса, явления) другим материальным или идеальным объектом;
- Г) процесс выявления существенных признаков рассматриваемого объекта.

2) Модель — это...

- А) фантастический образ реальной действительности;
- Б) материальный или абстрактный заменитель объекта, отражающий его пространственно-временные характеристики;
- В) **материальный или абстрактный заменитель объекта, отражающий его существенные характеристики;**
- Г) описание изучаемого объекта средствами изобразительного искусства.

3) При изучении объекта реальной действительности можно создать:

- А) **несколько различных видов моделей, каждая из которых отражает те или иные существенные признаки объекта;**
- Б) одну-единственную модель;
- В) точную копию объекта во всех проявлениях его свойств и поведения;
- Г) вопрос не имеет смысла.

4) Процесс построения модели, как правило, предполагает:

- А) **выделение наиболее существенных с точки зрения решаемой задачи свойств объекта;**
- Б) выделение свойств объекта безотносительно к целям решаемой задачи;
- В) описание всех пространственно-временных характеристик изучаемого объекта;
- Г) выделение не более трёх существенных признаков объекта.

5) Натурное моделирование — это...

- А) **моделирование, при котором в модели узнается моделируемый объект, то есть натурная модель всегда имеет визуальную схожесть с объектом- оригиналом;**
- Б) создание математических формул, описывающих форму или поведение объекта-

оригинала;

В) моделирование, при котором в модели узнается какой-либо отдельный признак объекта-оригинала;

Г) совокупность данных, содержащих текстовую информацию об объекте- оригинале.

б) Информационной моделью объекта нельзя считать:

А) описание объекта-оригинала с помощью математических формул;

Б) **другой объект, не отражающий существенных признаков и свойств объекта-оригинала;**

В) совокупность данных в виде таблицы, содержащих информацию о качественных и количественных характеристиках объекта-оригинала;

Г) описание объекта-оригинала на естественном или формальном языке.

7) Табличная информационная модель представляет собой:

А) набор графиков, рисунков, чертежей, схем, диаграмм;

Б) описание иерархической структуры строения моделируемого объекта;

В) **описание объектов (или их свойств) в виде совокупности значений, размещаемых в таблице;**

Г) последовательность предложений на естественном языке.

8) Рисунки, карты, чертежи, диаграммы, схемы, графики представляют собой:

А) табличные информационные модели;

Б) натурные модели;

В) иерархические информационные модели;

Г) **графические информационные модели.**

9) Графические модели представляют собой...

А) иллюстрацию базовых принципов работы ПО;

Б) **средства для визуализации, описания, проектирования и документирования архитектуры системы;**

В) инструменты создания новых систем и ПО;

Г) инструменты тестирования нового ПО.

10) Визуальным моделированием называют...

А) **процесс графического представления модели с помощью некоторого стандартного набора графических элементов;**

Б) здание модели на основе некоторого визуального представления;

В) восстановление системы по её визуальной модели;

Г) создание любой модели.

11) Языки визуального моделирования — это...

А) **формализованные наборы графических символов и правила построения из них визуальных моделей;**

Б) HTML, CSS, JavaScript;

В) любые языки программирования;

Г) правильного ответа нет.

12) Диаграмма — это...

А) набор сущностей визуальной модели;

Б) то же самое, что и граф модели;

В) способ спецификации модели;

Г) **внешнее представление модели: геометрические размеры сущностей, их**

координаты, цвета, шрифты надписей, толщина линий и пр.

13) Макет – это...

А) уменьшенная копия чего-либо;

Б) фрагмент чего-либо;

В) модель, предварительный образец, пробный образец чего-либо;

Г) объект, используемый для тестирования.

14) Процесс создания макета называется...

А) творчество;

Б) апробация;

В) моделирование;

Г) макетирование.

15) Конкретная историческая или современная личность, послужившая основой для образа в литературе, искусстве, кинематографе – это...

А) характерная роль;

Б) прототип персонажа;

В) положительный герой;

Г) антагонист.

16) Быстрая «черновая» реализация базовой функциональности будущего продукта/изделия, для анализа работы системы в целом - это...

А) прототипирование;

Б) моделирование;

В) макетирование;

Г) исследование.

17) Когнитивное воздействие рекламы заключается в том, что...

А) посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы, пробуждающие познавательность;

Б) передача информации, вызывающей доверие; ставка на внушаемость;

В) создаётся позитивное отношение к объекту рекламы, влияющее на эмоциональность;

Г) посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы, пробуждающие познавательность.

18) Аффективное воздействие рекламы заключается в том, что...

А) посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы, пробуждающие познавательность;

Б) передача информации, вызывающей доверие; ставка на внушаемость;

В) создаётся позитивное отношение к объекту рекламы, влияющее на эмоциональность;

Г) посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы, пробуждающие познавательность.

19) Суггестивное воздействие рекламы заключается в том, что...

А) посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы, пробуждающие познавательность;

Б) передача информации, вызывающей доверие; ставка на внушаемость;

В) создаётся позитивное отношение к объекту рекламы, влияющее на эмоциональность;

Г) посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы,

пробуждающие познавательность.

20) Конативное воздействие рекламы заключается в том, что...

- А) **посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы, пробуждающие познавательность;**
- Б) передача информации, вызывающей доверие; ставка на внушаемость;
- В) создаётся позитивное отношение к объекту рекламы, влияющее на эмоциональность;
- Г) посредством передачи сообщения воздействуют на мыслительные процессы, пробуждающие познавательность.

21) Изложение последовательности событий, свершающихся по ходу действия в фильме/спектакле/видеоролике, композиционной основой которого является сюжет – это...

- А) ремарки;
- Б) рассказ;
- В) история;
- Г) **сценарий.**

22) Автор сценария – это...

- А) композитор;
- Б) писатель;
- В) **сценарист;**
- Г) режиссёр.

23) Первый шаг при написании сценария рекламного ролика:

- А) определить цель рекламы;
- Б) определить целевую аудиторию;
- В) **определить, что рекламируется;**
- Г) определить формат ролика.

24) Второй шаг при написании сценария рекламного ролика:

- А) **определить цель рекламы;**
- Б) определить целевую аудиторию;
- В) определить, что рекламируется;
- Г) определить формат ролика.

25) Третий шаг при написании сценария рекламного ролика:

- А) определить цель рекламы;
- Б) **определить целевую аудиторию;**
- В) определить, что рекламируется;
- Г) определить формат ролика.

26) Четвёртый шаг при написании сценария рекламного ролика:

- А) определить цель рекламы;
- Б) определить целевую аудиторию;
- В) определить, что рекламируется;
- Г) **определить формат ролика.**

27) Тезисное изложение сюжета – это...

- А) краткое содержание;
- Б) черновой вариант;
- В) структура ролика;

Г) структура сценария.

28) Метод изучения затрат времени с помощью фиксации и замеров продолжительности выполняемых действий – это...

- А) замер;
- Б) **хронометраж;**
- В) исследование;
- Г) анализ.

29) Короткий ответ на вопрос, о чём ролик, который помогает презентовать сценарий – это...

- А) **логлайн;**
- Б) дедлайн;
- В) интервью;
- Г) брифинг.

30) Краткий пересказ сюжета – это...

- А) бриф;
- Б) энтазис;
- В) **синопсис;**
- Г) аллюзия.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

1) Adobe Premier Pro – это...

- А) программа векторной графики;
- Б) программа растровой графики;
- В) **программа для видеомонтажа;**
- Г) программа компьютерной графики.

2) Corel Draw – это...

- А) **программа векторной графики;**
- Б) программа растровой графики;
- В) программа для видеомонтажа;
- Г) программа компьютерной графики.

3) Adobe After Effects – это...

- А) программа векторной графики;
- Б) программа растровой графики;
- В) программа для видеомонтажа;
- Г) **программа компьютерной графики.**

4) Adobe Photoshop – это...

- А) программа векторной графики;
- Б) **программа растровой графики;**
- В) программа для видеомонтажа;
- Г) программа компьютерной графики.

5) Звуковое сопровождение видеозаписи – это...

- А) шумовые эффекты;
- Б) радиорепортаж;

- В) озвучка;
- Г) **аудиоряд.**

б) Последовательность сменяющих друг друга картинок – это...

- А) презентация;
- Б) слайд-шоу;
- В) **видеоряд;**
- Г) фоторепортаж.

7) Последовательность символов, разбитая на строки, конец каждой из которых обозначен специальным символом завершения строки – это...

- А) **текстовый поток;**
- Б) бегущая строка;
- В) литературное произведение;
- Г) шифрованное послание.

8) Данные, или содержание, которые представляются одновременно в разных формах: звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд – это...

- А) **мультимедиа;**
- Б) мультифункциональность;
- В) рекламный ролик;
- Г) видеофильм.

9) Текст, сформированный с помощью языка разметки с расчётом на использование гиперссылок – это...

- А) компьютерный текст;
- Б) газетный текст;
- В) язык программирования;
- Г) **гипертекст.**

10) Графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определённого размера и рисунка – это...

- А) текст;
- Б) **шрифт;**
- В) видеоряд;
- Г) анимированная картинка.

11) Особенностью панели инструментов программы Photoshop является...

- А) **наличие вложенных инструментов;**
- Б) наличие инструментов редактирования;
- В) удобство в использовании;
- Г) она не имеет особенностей.

12) Совокупность средств, методов и правил взаимодействия (управления, контроля и т. д.) между элементами системы – это...

- А) программа;
- Б) операционная система;
- В) панель управления;
- Г) **интерфейс.**

13) Ограниченный набор цветов, доступный графической системе компьютера – это...

- А) цветовой ряд;
- Б) **палитра;**
- В) недостаток цвета;
- Г) колористическое решение.

14) Работа со слоями в Photoshop позволяет:

- А) добавить или удалить какой-либо слой;
- Б) произвести в отдельном слое изменения, не затрагивая при этом остальные слои, но в то же время увидеть, как изменения вписываются в общую картину;
- В) скрыть любой слой;
- Г) **все варианты.**

15) Для каждого слоя можно:

- А) применить различные режимы, которые добавляют эффект в слой;
- Б) установить прозрачность слоя, чтобы через него было видно другие слои;
- В) применить перемещение, которое позволяет расположить слой поверх или снизу остальных слоев;
- Г) **все варианты.**

16) Количество точек по вертикали и горизонтали, из которых состоит экран – это...

- А) пиксели;
- Б) размер монитора;
- В) точечный рисунок;
- Г) **расширение экрана.**

17) Количество бит, используемое для хранения и представления цвета при кодировании, либо одного пикселя растровой графики или видеоизображения – это...

- А) **глубина цвета;**
- Б) частота процессора;
- В) объём памяти;
- Г) пикселизация.

18) Показатель яркости от полностью темного до полностью светлого – это...

- А) шкала яркости;
- Б) цветовая шкала;
- В) **тональный диапазон;**
- Г) диапазон насыщенности цветов.

19) Вид трёхмерной мультипликации, создаваемый при помощи трёхмерной компьютерной графики – это...

- А) графика;
- Б) **анимация;**
- В) программирование;
- Г) видеосъёмка.

20) Технологический этап воспроизведения цветного изображения, при котором свет сложного спектрального состава разделяется на несколько монохромных полутоновых составляющих, каждая из которых содержит информацию только об одном цвете или другом параметре цветового пространства – это...

- А) **цветоделение;**
- Б) цветораспределение;
- В) колористика;
- Г) раскрашивание.

21) Внесение изменений в цвет оригинала – это...

- А) анимация;
- Б) цветораспределение;
- В) колористика;
- Г) **цветокоррекция.**

22) Преобразование данных из одного формата в другой – это...

- А) копирование;
- Б) форматирование;
- В) **конвертация;**
- Г) сохранение.

23) Растровый формат графических изображений – это...

- А) .com
- Б) .exe
- В) .txt
- Г) **.gif**

24) Процесс получения изображения по модели с помощью компьютерной программы – это...

- А) **рендеринг;**
- Б) анимирование;
- В) конвертация;
- Г) форматирование.

25) Растровое изображение, накладываемое на поверхность модели для придания ей цвета, свойств окраски или иллюзии рельефа – это...

- А) окрашивание;
- Б) **текстура;**
- В) форматирование;
- Г) конвертация.

26) HTML – это...

- А) американское рекламное агентство;
- Б) формат видео;
- В) **стандартизированный язык разметки веб-страниц во Всемирной паутине;**
- Г) язык программирования.

27) Тег – это...

- А) **элемент языка разметки гипертекста;**
- Б) элемент языка программирования;
- В) формат изображения;
- Г) название видеоредактора.

28) Монтаж полос оригинал-макета из составных элементов: набранного текста, заголовков, таблиц, иллюстраций, украшений и пр. – это...

- А) конвертация;

- Б) форматирование;
- В) **вёрстка**;
- Г) анализирование.

29) Количество бит, используемых для передачи/обработки данных в единицу времени – это...

- А) объём файла;
- Б) тактовая частота процессора;
- В) разрешение экрана;
- Г) **битрейт**.

30) Монтаж, при котором всё отснятое видео разделяется на фрагменты, обрабатывается, и записывается в нужной последовательности с добавлением музыкального сопровождения, титров, аудио и видео эффектов, переходов, называется...

- А) **нелинейным**;
- Б) линейным;
- В) криволинейным;
- Г) прямолинейным.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

1) Отметьте лишнее звено в перечислении специфических особенностей рекламы:

- А) экспрессивность;
- Б) рентабельность;
- В) обезличенность;
- Г) общественный характер.

2) Что является объектом рекламы:

- А) потребители;
- Б) рынок в целом;
- В) рекламные агентства;
- Г) товар.

3) Отметьте образовательную функцию рекламы:

- А) реклама предназначена стимулировать сбыт и способствовать продвижению товара, поддерживать оптимальный уровень реализации;
- Б) это информирование потребителей о товаре, который им нужен;
- В) благодаря рекламе потребитель не только узнаёт о товарах и услугах, но и открывает для себя способы совершенствования жизни;
- Г) реклама способствует снижению расходов и росту прибыли, так как стимулирует объём продаж и коммерческую деятельность предприятия.

4) Отметьте экономическую функцию рекламы:

- А) реклама предназначена стимулировать сбыт и способствовать продвижению товара, поддерживать оптимальный уровень реализации;
- Б) это информирование потребителей о товаре, который им нужен;
- В) благодаря рекламе потребитель не только узнаёт о товарах и услугах, но и открывает для себя способы совершенствования жизни;
- Г) реклама способствует снижению расходов и росту прибыли, так как стимулирует объём продаж и коммерческую деятельность предприятия.

5) Что такое товарная реклама:

- А) это вид рекламы, которая ориентирована на конкретного потребителя и конкретный магазин, она включает название магазина, его адрес и телефон;
- Б) это реклама любого продукта, произведенного в промышленном или сельскохозяйственном секторе экономики, либо любого вида услуги, предлагаемого сервисными фирмами;
- В) это вид рекламы, главной целью которой является получить запросы на машины и оборудование, наладить сотрудничество в области кредитно- финансовых отношений;
- Г) это реклама не отдельного продукта или класса продуктов, а самой фирмы.

б) Что такое корпоративная реклама:

- А) это вид рекламы, которая ориентирована на конкретного потребителя и конкретный магазин, она включает название магазина, его адрес и телефон;
- Б) это реклама любого продукта, произведенного в промышленном или сельскохозяйственном секторе экономики, либо любого вида услуги, предлагаемого сервисными фирмами;
- В) это вид рекламы, главной целью которой является получить запросы на машины и оборудование, наладить сотрудничество в области кредитно- финансовых отношений;
- Г) это реклама не отдельного продукта или класса продуктов, а самой фирмы.

7) Кого называют "потребителями рекламы" (согласно ст. 3 Федерального закона "О рекламе"):

- А) это рекламное обращение, готовое для передачи по каналам распространения рекламы;
- Б) это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;
- В) это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;
- Г) это лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

8) Кого называют "рекламопроизводителем" (согласно ст. 3 Федерального закона "О рекламе"):

- А) это рекламное обращение, готовое для передачи по каналам распространения рекламы;
- Б) это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;
- В) это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;
- Г) это лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

9) Отметьте маркетинговую функцию рекламы:

- А) это информирование потребителей о товаре, который им нужен;
- Б) это средство обучения, так как потребитель не только узнаёт о товарах и услугах, но и открывает для себя способы совершенствования жизни;
- В) реклама стимулирует сбыт и способствует продвижению товара, поддерживает оптимальный уровень реализации, обеспечивает конкурентоспособность товара;
- Г) реклама способствует снижению расходов и росту прибыли, так как стимулирует объём продаж и коммерческую деятельность предприятия.

10) Отметьте коммуникативную функцию рекламы:

- А) это информирование потребителей о товаре, который им нужен;

- Б) это средство обучения, так как потребитель не только узнаёт о товарах и услугах, но и открывает для себя способы совершенствования жизни;
- В) реклама стимулирует сбыт и способствует продвижению товара, поддерживает оптимальный уровень реализации, обеспечивает конкурентоспособность товара;
- Г) реклама способствует снижению расходов и росту прибыли, так как стимулирует объём продаж и коммерческую деятельность предприятия.

11) Отметьте социальную функцию рекламы:

- А) это информирование потребителей о товаре, который им нужен;
- Б) реклама способствует повышению жизненного уровня населения, популяризирует материальные, социальные, экологические и культурные возможности рыночной экономики;
- В) реклама стимулирует сбыт и способствует продвижению товара, поддерживает оптимальный уровень реализации, обеспечивает конкурентоспособность товара;
- Г) реклама способствует снижению расходов и росту прибыли, так как стимулирует объём продаж и коммерческую деятельность предприятия.

12) Что такое рекламный продукт (согласно ст. 3 Федерального закона "О рекламе"):

- А) это рекламное обращение, готовое для передачи по каналам распространения рекламы;
- Б) это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;
- В) это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;
- Г) это лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

13) Что такое маркетинг:

- А) умение достигать поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей;
- Б) умение достигать целей фирмы с помощью рекламы, promotion, publicrelation;
- В) система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров или услуг на основе изучения рынка и в интересах получения прибыли;
- Г) система получения прибыли для фирмы, на основе рекламы и продвижения товара.

14) Что такое нужда:

- А) это потребность, принявшая конкретную форму в рамках культурных и др. факторов поведения индивида;
- Б) это конкретная потребность, подкреплённая покупательной способностью;
- В) это чувство ощущения нехватки чего – либо, чувство необходимости удовлетворения надобности в чём – либо;
- Г) это желание, принявшее конкретную форму в рамках культурных и др. факторов поведения индивида.

15) Что такое спрос:

- А) это потребность, принявшая конкретную форму в рамках культурных и др. факторов поведения индивида;
- Б) это конкретная потребность, подкреплённая покупательной способностью;
- В) это всё, что можно предложить на рынке для приобретения, использования и потребления;
- Г) это желание, принявшее конкретную форму в рамках культурных и др. факторов поведения индивида.

16) Что такое обмен:

- А) акт приобретения некоего желаемого товара в обмен на нечто, предлагаемое другой стороне;
- Б) это торговая операция между двумя сторонами, предполагающая наличие двух ценных объектов, соглашение об условиях, сроках и месте её совершения;
- В) это торговая операция между двумя сторонами с участием третьей стороны;
- Г) это акт торгового обмена с привлечением арбитражного суда.

17) В каких условиях существует рынок покупателя:

- А) когда спрос меньше предложения;
- Б) когда спрос больше предложения;
- В) когда предложение и спрос примерно равны;
- Г) когда спрос и предложение не равны.

18) В какой стране мира зародился маркетинг как научная дисциплина:

- А) в США;
- Б) в Великобритании;
- В) в Японии;
- Г) в России.

19) В чём заключается суть концепции мегамаркетинга Ф. Котлера:

- А) производить то, что можно продать, вместо того, чтобы продавать, то что можно произвести;
- Б) производить то, что можно продать, но не продавать то, что можно произвести;
- В) если вы не можете продать то, что можете произвести, лучше вообще ничего не производите;
- Г) не производить то, что можно продать, а продавать то, что можно произвести.

20) Отметьте структурный элемент рынка:

- А) качество
- Б) цена
- В) спрос
- Г) верно Б и В.

21) Чем определяется ёмкость рынка:

- А) результатом взаимодействия условий, определяющих соотношение спроса и предложения;
- Б) состоянием рынка в зависимости от конъюнктуры;
- В) объёмом реализуемых на нём товаров в физических единицах и стоимостном выражении за определённое время.
- Г) верно всё перечисленное.

22) Отметьте первое условие функционирования любого рынка:

- А) цена товара является результатом взаимодействия между продавцом и покупателем;
- Б) возможность общения между сторонами;
- В) наличие двух сторон, участвующих в обмене;
- Г) наличие информации с данными о ценах, количестве и ассортименте товаров.

23) Что такое конъюнктура рынка:

- А) это результат взаимодействия условий, определяющих соотношение спроса и предложения;

- Б) это состояние рынка в зависимости от конъюнктуры;
- В) это объёмом реализуемых на рынке товаров в физических единицах и стоимостном выражении за определённое время.
- Г) верно всё перечисленное.

24) Какие товары можно назвать слабоэластичными:

- А) это товары, спрос на которые никогда не изменится с изменением цены;
- Б) это товары, спрос на которые незначительно меняется в зависимости от падения или повышения цены;
- В) это товары, спрос на которые сильно меняется в зависимости от цены;
- Г) это товары, спрос на которые очень сильно меняется в зависимости от цены.

25) Какие товары можно назвать эластичными:

- А) это товары, спрос на которые никогда не изменится с изменением цены;
- Б) это товары, спрос на которые незначительно меняется в зависимости от падения или повышения цены;
- В) это товары, спрос на которые сильно меняется в зависимости от цены;
- Г) это товары, спрос на которые очень сильно меняется в зависимости от цены.

26) Какие из перечисленных товаров могут взаимодополнять друг друга:

- А) наручные часы и ремешки к ним;
- Б) пачка сахарного песка и канистра бензина;
- В) связка бананов и батон колбасы;
- Г) ноутбук и мобильный телефон.

27) Отметьте лишний пункт в перечислении основных субъектов маркетинга:

- А) производители;
- Б) благотворительные организации;
- В) потребители;
- Г) государственные и общественные организации.

28) В чём состоит задача фирмы по отношению к покупателям:

- А) не только предвидеть изменения потребностей покупателя, но и своевременно предложить товар или услугу;
- Б) не только предвидеть изменения потребностей покупателя, но и создать эти потребности;
- В) не только предвидеть изменения потребностей покупателя, но и помочь возникновению этих потребностей;
- Г) верно Б и В.

29) Отметьте лишнее звено в списке экономических факторов, влияющих на поведение потребителей:

- А) величина и распределение национального дохода;
- Б) социальное положение;
- В) денежные доходы населения;
- Г) уровень и соотношение розничных цен.

30) Отметьте лишнее звено в списке культурных факторов, влияющих на поведение потребителей:

- А) степень обеспеченности населения отдельными продуктами потребления;
- Б) социальное положение;
- В) культура потребления;
- Г) эстетические вкусы.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

1. Недобросовестная реклама является та, которая:

- а) **дискредитирует юридических и физических лиц, не пользующихся рекламным товаром;**
- б) не содержит соответствующих сведений о товаре;
- в) порочит государственные символы.

2. Федеральный антимонопольный орган ...

- а) выдает лицензию на осуществление какой-либо деятельности;
- б) не обязан информировать рекламодателя о нарушении закона о рекламе;
- в) **направляет материалы о прекращении лицензии.**

3. При нарушении законодательства о рекламе органы саморегулирования могут:

- а) **предъявлять иски в суд в интересах потребителя, чьи права нарушены;**
- б) потребовать возмещение денежного ущерба с рекламопроизводителя;
- в) обратиться в федеральный антимонопольный орган.

4. С помощью каких средств осуществляется контрреклама:

- а) разрешенных Федеральным антимонопольным органом;
- б) **тех же, что и ненадлежащая реклама;**
- в) по выбору рекламодателя.

5. Рекламораспространитель несет ответственность за:

- а) оформление, подготовку рекламы;
- б) содержание рекламы;
- в) **время, место и средства размещения рекламы.**

6. Реклама, с помощью которой рекламодатель (рекламопроизводитель, рекламораспространитель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы называется:

- а) **заведомо ложной;**
- б) скрытой;
- в) неэтичной.

7. Реклама, которая оказывает на осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие путем использования специальных видеовставок и иными способами, является:

- а) недобросовестная реклама;
- б) недостоверная реклама;
- в) **скрытая реклама.**

8. Размер рекламы, используемый в виде «бегущей строки» не должен превышать:

- а) 2% площади кадра;
- б) **7% площади кадра;**
- в) 10% площади кадра.

9. В периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать:

- а) 40% объёма одного периодического издания;
- б) **7% объёма одного периодического издания;**
- в) 25% объёма одного периодического издания.

10. В случае разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну причиненные убытки подлежат возмещению:

- а) **федеральным антимонопольным органом;**
- б) налоговой;
- в) наказывает виновного в разглашении.

11. Кто должен хранить материалы, содержащие рекламу после распространения:

- а) рекламодатель;
- б) рекламопроизводитель и рекламораспространитель;
- в) **все вышеперечисленные.**

12. Целями настоящего Федерального Закона являются:

- а) **защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы;**
- г) введение в заблуждение потребителей рекламы;
- в) посягательство на общественные интересы, принципы ценности и морали.

13. Федеральный антимонопольный орган осуществляет контроль:

- а) за соблюдение Основного закона;
- б) **за соблюдение законодательств РФ «О рекламе»;**
- в) за соблюдением основных обязанностей по отношению к потребителям.

14. В целях настоящего ФЗ принимаются следующие основные понятия:

- а) реклама, недобросовестная реклама, авторское право, рекламодатель, рекламораспространитель;
- б) реклама, ненадлежащая реклама, рекламодатель, рекламораспространитель, потребители рекламы;
- в) **реклама, рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель потребитель рекламы, ненадлежащая реклама, контрреклама.**

15. Законодательство РФ о рекламе состоит:

- а) из настоящего ФЗ;
- б) из нормативно-правовых актов;
- в) **из настоящего ФЗ и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов.**

16. Реклама является объектом авторского права и смежных прав:

- а) частично;
- б) полностью;
- в) **частично или полностью.**

17. Сколько времени должна храниться реклама со дня последнего распространения:

- а) 6 месяцев;
- б) **один год;**
- в) три года.

18. Если производство рекламы может привести к нарушению закона «О рекламе», а рекламодатель даже после предупреждения не изменит свои требования к рекламе, то рекламопроизводитель вправе:

- а) подать на рекламодателя в суд;
- б) **расторгнуть договор и потребовать полного возмещения убытков;**
- в) изготовить рекламу, не имеющую противоречий с законом «О рекламе».

19. В случае нарушения сведений о рекламе, составляющих коммерческую тайну, антимонопольный орган:

- а) **возмещает причиненные убытки;**
- б) приносит извинения пострадавшему;
- в) наказывает виновного в разглашении.

20. Настоящий ФЗ распространяется на:

- а) физические лица;
- б) **иностранных юридических лиц, иностранных граждан и лиц без гражданства на территории РФ;**
- в) юридические лица.

21. Федеральный орган:

- а) **пресекает и предупреждает факты ненадлежащей рекламы;**
- б) осуществляет деятельность, связанную с использованием сведений, составляющих государственную тайну;
- в) взымает штрафы.

22. Федеральный орган вправе обращаться в суд:

- а) для предъявления претензий;
- б) для взымания штрафов;
- в) **для предъявления исков.**

23. Федеральный орган вправе:

- а) защищать потребителей от недобросовестной рекламы;
- б) создавать законы и правила рекламной практики;
- в) **возбуждать уголовные дела.**

24. Действующие органы самоуправления в области рекламы:

- а) ассоциации и союзы юридических лиц;
- б) общественные организации;
- в) **общественные организации, ассоциации и союзы юридических лиц.**

25. Органы самоуправления вправе:

- а) **производить независимую экспертизу на предмет установления ее соответствия;**
- б) направляет материалы о нарушении законодательства РФ «О рекламе» в соответствующие инстанции;
- в) выдавать лицензии.

26. Рекламодатель, рекламораспространитель и рекламопроизводитель в течение года со дня последнего распространения обязаны хранить:

- а) документы о рекламе;
- б) копии рекламных материалов;
- в) **материалы о рекламе и их копии.**

27. Если рекламораспространитель (рекламопроизводитель) требует рекламную информацию, то рекламодатель должен:

- а) **предоставить информацию;**
- б) не всегда предоставлять информацию;
- в) только с разрешения правовых и законодательных органов.

28. С какого периода отменяется действие пункта 1 ст. 16 ФЗ в отношении рекламы алкогольных напитков, табачных изделий в телепрограммах:

- а) **1 января 1996 г.;**
- б) 1 января 1991 г.;
- в) 1 января 1995г.

29. Реклама алкогольных напитков, табака и табачных изделий не должна:

- а) распространяться на радио;
- б) **распространяться в детских, учебных, медицинских и других учреждениях, а также ближе 100 м от них;**
- в) сопровождаются предупреждением о вреде курения и алкоголя.

30. Публичное предложение о заключении договора в рекламе называется:

- а) контррекламой;
- б) **офертой;**
- в) предварительной договоренностью.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

1. Управление – это:

- а) **процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;**
- б) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- в) эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

2. Менеджмент – это:

- а) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- б) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- в) **эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.**

3. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:

- а) Ч. Бебидж;
- б) М. Вебер;
- в) **Ф. Тейлор.**

4. Какие бывают виды деления труда менеджеров?

- а) функциональное;
- б) **горизонтальное;**
- в) **вертикальное;**
- д) прямое.

5. Сколько существует иерархических уровней менеджмента?

- а) 5;
- б) **3;**
- в) 9.

6. Кто относится к среднему уровню менеджеров?

- a) - заместители;
- b) руководители подразделений;**
- c) - руководители групп.

7. Назовите психологические методы управления:

- a) метод профессионального отбора;**
- b) метод социального нормирования;
- c) метод гуманизации труда.**

8. Выберите правильные функции менеджмента:

- a) планирование;**
- b) координирование;**
- c) распределение;
- d) стимулирование;
- e) все ответы верны.

9. Планирование – это:

- a) управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;**
- b) перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- c) обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

10. Сформулируйте задачи планирования:

- a) перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;**
- b) обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
- c) создание базы для эффективного контроля путем сравнения показателей.

11. По форме планирование бывает:

- a) тактическое;
- b) конкретное;
- c) перспективное.**

12. Необходимость планирования заключается в определении:

- a) конечных и промежуточных целей;**
- b) задач, решение которых необходимо для достижения целей;**
- c) средств и способов решения задач;**
- d) правильного ответа нет.

13. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?

- a) перспективное;
- b) среднесрочное;**
- c) оперативное.

14. При какой форме планирования осуществляется определение целей деятельности на срок больше 5 лет:

- a) перспективное;**
- b) среднесрочное;
- c) оперативное.

15. Организация – это:

- a) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- b) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- c) **это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.**

16. Установление постоянных и временных связей между всеми подразделениями организации осуществляет функция:

- a) планирования;
- b) **организации;**
- c) контроля.

17. Выберите основные принципы организации менеджмента:

- a) непрерывность;
- b) ритмичность;
- c) надежность;
- d) **все ответы верны.**

18. Функции административно-оперативного управления:

- a) **определение структуры предприятий;**
- b) периодическое или непрерывное сравнение;
- c) **установление ответственности.**

19. Регулирование – это:

- a) **управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;**
- b) процесс выработки корректируемых мер и реализации принятых технологий;
- c) **функция менеджмента.**

20. Принципы регулирования:

- a) **рациональность;**
- b) ритмичность;
- c) надежность;
- d) **достоверность.**

21. Задача регулирования:

- a) обновление планируемых заданий;
- b) **обеспечение своевременного эффективного достижения организацией своих целей;**
- c) корректировка результатов деятельности.

22. Виды регулирования:

- a) **реактивное;**
- b) операционное;
- c) **упреждающее.**

23. При каком виде регулирования проблема рассматривается как потенциальная возможность:

- a) реактивное;
- b) операционное;

с) **упреждающее.**

24. Назовите этапы регулирования:

- а) **информационная подготовка для принятия решений;**
- б) **разработка и принятие решений;**
- с) определение структуры предприятия.

25. Дайте правильное определение функции координации:

- а) **управленческая деятельность, обеспечивающая согласованность работы рабочих подразделений;**
- б) управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
- с) это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

26. Назовите функции менеджмента:

- а) ритмичность;
- б) **мотивация;**
- с) законность.

27. Тип власти, который может использовать менеджер:

- а) экспертная;
- б) эталонная;
- с) законная;
- д) **все ответы верны.**

28. Влияние – это:

- а) **поведение одного человека, которое вносит изменение в поведение другого человека;**
- б) волевое отношение между людьми, основанное на силе;
- с) убеждение человека в чем-либо.

29. Задачи контроля:

- а) сбор и систематизация информации о фактическом состоянии деятельности;
- б) **оценка состояния и значимости полученных результатов;**
- с) разработка и принятие решений.

30. Анализ – это:

- а) **это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков;**
- б) управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
- с) это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

1. Как называются виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует

их к покупке:

- a) персональные продажи;
- b) имидж;
- c) **стимулирование сбыта.**

2. Как называется достижение высокой общественной репутации фирмы:

- a) **паблик – рилейшнз;**
- b) таргетинг;
- c) директ – маркетинг/

3. Необходимо выбрать два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

- a) пропаганда и рекламный слоган;
- b) реклама и фирменный стиль;
- c) **реклама и пропаганда.**

4. Как называется подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы:

- a) **стратегия рекламы**
- b) понимание
- c) задача рекламы

5. Что стремится сделать рекламодаделец, с помощью рекламных средств:

- a) оказать себя
- b) **оказать воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования**
- c) побудить потребителей не совершать никаких действий

6. Основным элементом, определяющим рекламное сообщение, является (-ются):

- a) звук
- b) свет, рисунок
- c) **изображение, текст**

7. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?

- a) выставки/ярмарки;
- b) спонсорство;
- c) **маркетинговую информационную систему;**
- d) рекламу.

8. Основными адресантами маркетинговых коммуникаций не являются:

- a) сотрудники данной фирмы;
- b) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок);
- c) **коммуникационные шумы;**
- d) поставщики.

9. В чем важно убедиться, для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное?

- a) **неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;**

- b) оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже определенным лицом;
- c) неверно и той другое;
- d) верно, если первое сочетается со вторым.**

10. Целями продвижения не являются:

- a) формирование спроса и стимулирования сбыта;
- b) уменьшение целевого рынка фирмы;**
- c) увеличение объема продаж;
- d) создание и укрепление имиджа фирмы.

11. Выберите, что не относится к типовым задачам бизнеса, не решаемым с помощью рекламы:

- a) неверная товарная политика и формирование ассортимента;
- b) неудовлетворительный сервис;
- c) нераспространение информации о фирме и ее товарах;**
- d) неразработанная система заработной платы на фирме.

12. Кто проводит рекламную кампанию при маркетинговой стратегии «вытягивания» (pull strategy) рекламную кампанию чаще всего?

- a) производители продукции;**
- b) торговые посредники;
- c) производители и торговые посредники вместе;
- d) правительство и другие общественные институты.

13. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории не выделяют:

- a) локальную рекламу;
- b) региональную рекламу;
- c) массовую рекламу;**
- d) общенациональную рекламу.

14. Что является основной функцией менеджера по рекламе?

- a) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;**
- b) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы;
- c) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции.

15. Что является основной функцией копирайтера?

- a) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- b) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции;**
- c) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.

16. Что является основной обязанностью аккаунт-менеджера?

- a) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции;
- b) контроль над всем процессом реализации рекламных проектов;**

с) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.

17. Что стремится сделать рекламодаделец, с помощью рекламных средств:

а) показать себя

б) оказать воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования

с) побудить потребителей не совершать никаких действий

18. Что необходимо сделать, прежде чем выбрать тот или иной вид рекламы:

а) изучить целевую аудиторию

б) определить цель рекламного мероприятия

с) изучить рынок

19. Случайные читатели какого-либо издания, не являющиеся его подписчиками, носят название:

а) дополнительная аудитория;

б) активная аудитория;

с) непостоянная аудитория.

20. Реклама должна привлекать внимание. Кого?

а) специалистов по рекламе;

б) всех людей;

с) потенциальных покупателей.

21. Как помочь человеку принять решение прочитать рекламу?

а) использовать как можно больше графики;

б) использовать промежуточные заголовки, врезки и прочие выделения;

с) использовать юмор.

22. Назовите составляющие эффективности рекламы

а) коммуникативная;

б) экономическая;

с) полномасштабная.

23. Какие показатели необходимо учитывать при выборе рекламоносителя:

а) базовые

б) обеспечение необходимой частоты;

с) конкурентная политика.

24. Скорость аккумуляции целевой аудитории – это:

а) сколько времени, повторов потребуется для того, чтобы охватить всю потенциальную аудиторию;

б) этот показатель указывает на то, возможно или нет контролировать время, когда потребитель увидит/услышит рекламное сообщение на определенном носителе;

с) насыщенность СМИ рекламой, рекламная «зашумленность».

25. Медиаклаттер это:

а) среднее количество рекламных объявлений, которое видит аудитория в течение определенного времени;

- b) контролируемость демонстрации рекламы;
- c) скорость аккумуляирования аудитории.

26. Взвешенная стоимости показа:

- a) **позволяет учитывать степень соответствия между специфическим составом аудитории конкретного СМИ и специфическим составом желанных для рекламодателя целевых групп;**
- b) собой среднее количество рекламных объявлений, которое видит аудитория в течение определенного времени;
- c) контролируемость демонстрации рекламы.

27. При оценке конкурентной политики следует:

- a) **проявлять внимание, так как та или иная фирма может владеть рекламоносителем или состоять с ним в каких-либо деловых взаимоотношениях;**
- b) определять вес целевой группы;
- c) анализировать различные СМИ с точки зрения количества обращения к ним аудитории в поисках именно рекламной информации.

28. Экономия средств в рекламной кампании при сохранении эффективности может быть выполнена за счёт:

- a) **использования средств PR для распространения информации о товаре или услуге;**
- b) **использования экспертных методов оценки аудитории;**
- c) контролируемости демонстрации рекламы.

29. Бартерный обмен – это:

- a) гибкое реагирование на данные контроля эффективности;
- b) увеличение объема и роли личных продаж;
- c) **вид гражданско-правового договора, при котором одна сторона берёт на себя обязательство передать другой стороне некоторое имущество против обязательства другой стороны передать первой имущество равной стоимости.**

30. Метод расчёта рекламного бюджета по установленному проценту к объёму продаж:

- a) Определяется краткосрочными финансовыми возможностями предприятия;
- b) **Определяется фиксированный процент от фактического или планируемого объёма продаж;**
- c) Бюджет корректируется в сравнении с предыдущим периодом и учетом влияния факторов текущего.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

1. Определите одну из ключевых функций государства в рекламном процессе:

- a) запрещение распространения больших объёмов рекламы;
- b) разработка правил создания и производства рекламной продукции;
- c) **разработка ключевых установок в рамках данного рынка.**

2. Какие показатели необходимо учитывать при выборе рекламоносителя:

- a) базовые;
- b) **правовые ограничения;**
- c) **ценность СМИ.**

3. Какое решение уполномочен принять суд, если юридическое лицо неоднократно нарушило исключительное право на какой-либо результат интеллектуальной деятельности?

- a) **ликвидировать указанное юридическое лицо;**
- b) подвергнуть эту организацию процедуре банкротства;
- c) реорганизовать данное юридическое лицо.

4. Кто вправе досрочно прекратить исключительное право публикатора на произведение?

- a) суд;
- b) прокуратура;
- c) федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

5. Охраняет авторские права на пресс-релизы, статьи, доклады, слоганы и иное:

- a) ФЗ «О рекламе»;
- b) Закон «Об информации, информатизации и защите информации»;
- c) **Закон «Об авторских и смежных правах».**

6. Авторские права на пресс-релизы, статьи, доклады, слоганы и иное, созданное сотрудниками рекламных подразделений в порядке выполнения служебных обязанностей:

- a) **являются их собственностью;**
- b) **права на их использование принадлежат работодателю;**
- c) не являются их собственностью.

7. Может ли быть субъектом авторского права трехлетний ребенок?

- a) **да, может;**
- b) нет, не может до достижения им 14 лет;
- c) нет, его авторские права переходят к одному из родителей.

8. Исключительное авторское право действует в течение:

- a) **всей жизни автора и 70 лет после его смерти;**
- b) всей жизни автора;
- c) 50 лет после создания уникального произведения;

9. Срок действия авторского права на произведение, созданное участником Великой Отечественной войны:

- a) **увеличивается на 4 года;**
- b) неограничен;
- c) не отличается от срока действия по общему правилу.

10. Субъективное авторское право возникает:

- a) **по факту создания произведения;**
- b) после обнародования произведения в установленном законом порядке;
- c) после регистрации произведения.

11. Объектами авторского права являются:

- a) **географические карты;**
- b) информационные программы новостей;
- c) тексты актов органов местного самоуправления.

12. Объектом прав, смежных с авторскими, будет являться:

- a) **фонограмма;**
- b) фотография;

с) пантомима.

13. Как определить срок действия авторского права, если автор умер 24 августа 2009 года?

- а) **Срок действия в 70 лет после смерти автора начнется с 1 января 2010 года;**
- б) Срок действия 70 лет после смерти автора начнется с 25 августа 2009 года;
- с) Срок действия авторского права заканчивается в день смерти автора.

14. Авторскими правами признаются:

- а) **интеллектуальные права на произведения искусства, науки и культуры;**
- б) интеллектуальные права на результаты исполнительской деятельности;
- с) права на сообщения радиопередач.

15. Соавторство возможно:

- а) **независимо от того, образует ли созданное несколькими авторами произведение единое целое или состоит из отдельных частей;**
- б) только если произведение едино и его нельзя разделить на составные части;
- с) только если произведение включает в себя относительно самостоятельные фрагменты, созданные разными авторами.

16. Авторскими правами на переработку оригинального произведения не обладает:

- а) **читатель книги;**
- б) переводчик книги;
- с) составитель сборника стихов.

17. Владелец исключительного права на созданную им базу данных:

- а) **может зарегистрировать ее по своему желанию в Реестре баз данных;**
- б) обязан зарегистрировать эту базу в федеральном исполнительном органе по интеллектуальной собственности;
- с) не может осуществить регистрацию базы, поскольку эта процедура законом не предусмотрена.

18. Какое максимальное количество программ может содержаться в одной заявке на их регистрацию в Реестре программ для ЭВМ?

- а) **Одна;**
- б) Три;
- с) Пять.

19. Кто не может считаться автором кинопроизведения?

- а) **Актёр;**
- б) Сценарист;
- с) Режиссёр-постановщик.

20. В каком случае может быть передано право признаваться автором произведения?

- а) **Указанное право неотчуждаемо и непередаваемо ни при каких обстоятельствах;**
- б) При наделении другого лица правом использовать произведение;
- с) Если исключительное право на произведение перешло иному лицу.

21. Право на неприкосновенность произведения включает в себя недопущение производства без согласия автора следующих действий:

- а) **все ответы верные;**
- б) добавление иллюстраций, послесловий, пояснений;

с) внесение сокращений, дополнений, изменений.

22. В течение какого срока должно осуществлять свои полномочия лицо, на которое завещатель возложил обязанность по охране авторства, авторского имени и неприкосновенности произведения после своей смерти?

а) пожизненно;

б) в течение срока исковой давности;

с) в течение 70 лет, начиная с 1 января года, следующего за годом смерти завещателя-автора.

23. Действие, которое совершается в первый раз и делает произведение доступным для всего общества, называется:

а) обнародованием;

б) опубликованием;

с) публичным исполнением.

24. Что из указанного не является обязательным элементом знака охраны авторского права?

а) фраза «Все права защищены»;

б) латинская буква «С» в окружности;

с) наименование правообладателя и год первого опубликования произведения.

25. Что из указанного является свободным воспроизведением произведения в личных целях?

а) прослушивание музыки на персональном компьютере;

б) репродуцирование книги;

с) воспроизведение архитектурного произведения в форме здания.

26. Для каких целей правомерному владельцу экземпляра программы для ЭВМ разрешено делать копию этой программы?

а) оба ответа верные;

б) для архивных целей;

с) для замены оригинала, если тот утерян, уничтожен или перестал быть пригодным.

27. Что является исключением из правила о недопущении взыскания на исключительное право автора на произведение?

а) договор залога, предметом которого является это право;

б) договор на отчуждение исключительного права на произведение;

с) договор авторского заказа.

28. Если срок открытой лицензии на использование произведения искусства не определен, то считается, что договор присоединения заключен на:

а) 5 лет;

б) 1 год;

с) бессрочно.

29. Какая латинская буква в окружности служит знаком правовой охраны смежных прав?

а) P;

б) E

с) B.

30. Кто из указанных лиц не является исполнителем произведения?

- a) режиссёр кинофильма;
- b) режиссёр-постановщик спектакля;
- c) дирижёр.