

## «Психология маркетинговых исследований и рекламной деятельности»

Вопросы и ответы из теста по [Психологии маркетинговых исследований и рекламной деятельности](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 91

Тест по предмету «Психология маркетинговых исследований и рекламной деятельности».

1. «Коэффициент покрытия» — это показатель, означающий ...
  - **степень читаемости журналов и газет**
2. В зависимости от предмета рекламы различают рекламу:
  - **товара или услуги**
3. В качестве предмета рекламы могут выступать:
  - **услуга, товар**
4. В начале рекламной кампании на единицу времени следует передавать:
  - **большее число рекламных сообщений**
5. В перечень первичных мотивов психологи обычно включают те, которые являются:
  - **врожденными, биогенными**
6. В радио- и телепрограммах не допускается прерывать рекламой:
  - **детские и религиозные передачи**
7. Вид рекламы, цель которой напомнить об известных фактах, связанных с предметом рекламы, — это реклама ...
  - **напоминающая**
8. Внушение в форме гетеросуггестии означает:
  - **внушения «со стороны»**
9. Все виды активной деятельности человека, которые появляются и реализуются на рынке потребительских товаров и услуг — это:
  - **поведение потребителей**
10. Действенный метод рекламного воздействия путем распространения писем, содержащих рекламное сообщение, называется:
  - **директ мейл**
11. Деятельность компании (организации) по управлению производством и сбытом продукции, основанная на предварительном изучении рынка называется:
  - **маркетингом**
12. Деятельность, направленная на получение исходных данных для проведения оптимальной рекламы данного товара, услуги, торговой или фабричной марки, носит название:
  - **рекламное исследование**
13. Деятельность, направленная на установление и поддержание контактов с той частью общественности, которая представляет интерес с точки зрения сбыта производимого товара (услуги), называется:
  - **паблик рилейшнз**



14. Для обозначения комплексного воздействия рекламы чаще всего используется термин

- **действенность**

15. Журналы как рекламные средства характеризует такая особенность, как:


- **значительное число «вторичных» читателей**

16. За основу последовательности цветов принято считать спектральное разделение. В спектре имеется семь цветовых зон, располагающиеся в следующей последовательности

- **красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый**

17. Закон «О рекламе», определяющий общие и специальные требования к рекламе, принят Государственной Думой в:

- **1995 году**

18. Знак «» передает впечатление:

- **резкого изменения, концентрации силы**

19. Изобретение Гутенбергом печатного станка датируется:

- **1450 годом**

20. Изучение явлений, процессов и отношений, связанных с предложением товаров и спросом на них, которые проявляются в поведении рыночных субъектов и в движении рыночных предметов, услуг и денег, — это:

- **исследование рынка**

21. Информация, отражающая предмет и цель рекламы, — это:

- **рекламное сообщение**

22. Исследование, задачей которого является изучение субъективных факторов в общем поведении потребителей, называется исследованием

- **мотивационным**

23. К группе демонстрационно-изобразительных средств рекламы относятся:

- **витрины, муляжи**

24. К группе изобразительно-словесных средств рекламы относятся:

- **фотореклама, радиореклама**

25. К живописно-графическим средствам рекламы относятся:

- **панно**

26. К особенностям радиорекламы относится:

- **своевременность и оперативность доведения информации**

27. К особенностям телерекламы относится:

- **большой радиус ее действия**

28. К числу основных свойств внимания относится:

- **распределение**

29. К числу факторов, повышающих внушаемость относятся:

- **неуверенность**

30. Комплекс действий, связанных с проведением рекламы, называется:

- **рекламный процесс**



31. Кратко сформулированный замысел рекламной акции — это:

- **рекламная идея**

32. Краткое, меткое, броское, легко произносимое выражение или изречение, отражающее главную идею рекламной акции, характеристику изделия, марку организации, — это:

- **девиз**

33. Лицо, которое непосредственно пользуется товаром или услугой, — это:

- **потребитель**

34. Мотивы потребителей, в основе которых лежит стремление к оптимальному обустройству быта и жизнедеятельности за счет приобретения качественного и функционально практичного товара, относятся к группе мотивов

- **утилитарных**

35. Мотивы, когда человек стремится «присоединиться» к группе популярных или значимых для него людей, которые являются обладателями данного товара или рекламируют его, характеризуют группу мотивов

- **референтного уподобления**

36. Мотивы, подчеркивающие изысканность вкуса владельца данного товара, — это мотивы ...

- **эстетические**

37. Мотивы, свидетельствующие о «принадлежности» владельца товара к избранной категории людей определенного, достаточно высокого статуса, — это мотивы ...

- **престижа**

38. Мотивы, свидетельствующие о принятии человеком традиционных ценностей, свойственных представителям данной страны, социальной группы, семьи — это мотивы ...

- **традиции**

39. Мотивы, характеризующие стремление человека посредством приобретения необходимых товаров и услуг удовлетворить свою потребность в самосовершенствовании и самопрезентации собственных достижений — это мотивы ...

- **достижения**

40. На подавляющее большинство людей более эффективно действуют:

- **только положительные аргументы в пользу приобретения рекламируемого товара**

41. Наиболее активно используемым рекламным средством в США являются:

- **газеты**

42. Неожиданное изменение результата рекламного действия, отличного от ожидаемого называется:

- **бумеранговый эффект**

43. Обобщенное название предмета, привлекающего внимание посетителя выставки, автоводителя и т.п., — это:

- **бликфанг**

44. Общее название исследований, цель которых — изучение аудитории отдельных носителей рекламы с точки зрения рекламной практики, — это исследование ...

- **носителей рекламы**

45. Общее название рекламных средств, размещаемых на фасадах домов, на транспорте и автомобильных дорогах, носит название:

- **внешней рекламы**



46. Один из основных элементов единого комплекса маркетинга, объединяющий участников, каналы и приемы коммуникаций, носит название:
- **система маркетинговых коммуникаций**
47. Определенный вклад в ранний период формирования средств рекламной деятельности в России внесли народные картинки («потешные» листы), которые носили название:
- **лубок**
48. Ориентация производства на удовлетворение потребностей людей — это задача рекламы ...
- **экономическая**
49. Основателем печатной рекламы в Европе считают врача
- **Теофраста Реностно**
50. Основными элементами формулы AIDA являются:
- **внимание, интерес, желание, активность**
51. Ответственность за достоверность сообщаемой в рекламе информации о товаре (услуге) несет
- **рекламодатель**
52. Отдел в рекламном подразделении, занимающийся изготовлением рекламных носителей и в некоторых случаях объединяющий такие производственные подразделения, как типографии, телестудии, мастерские по производству рекламных средств и т.д., — это:
- **производственный отдел**
53. Отдел в рекламном подразделении, занимающийся разработкой и производством объявлений, осуществляющий генерирование идей рекламного обращения, находящий верные средства их реализации, — это:
- **творческий отдел**
54. Отдел в рекламном подразделении, изучающий конъюнктуру рынка и спрос населения, — это отдел ...
- **исследовательский**
55. Поддержание осведомленности, удержание в памяти потребителей информации о товаре в промежутках между покупками — эта функция рекламы называется:
- **напоминанием**
56. Подразделение рекламного отдела, делающее оценку и утверждающее выпускаемые рекламные материалы с учетом мнения заказчика, — это:
- **редакционно-художественный совет**
57. Показатели «рост товарооборота, увеличение количества продаж единиц рекламируемой продукции, увеличение круга клиентов, пользующихся услугами данной организации» относятся к показателям действенности рекламы
- **прямым экономическим**
58. Покупки товара, не планируемые заранее, решения, которые принимают прямо в магазине (на выставке) после ознакомления с выставленным товаром, являются покупками
- **импульсивными**
59. Понятие, противоположное индивидуальному или рациональному потреблению, характеризующее действиями человека, нацеленными на приобретение престижных предметов и услуг — это:
- **престижное потребление**
60. Постепенное, последовательное формирование предпочтения, соответствующего восприятию потребителем образа фирмы и ее товаров, — эта функция рекламы называется:
- **увещеванием**



61. При использовании рекламы в виде бегущей строки ее размер не должен превышать:

- **семи процентов площади кадра**

62. При недоступности желаемого у человека возникает состояние

- **фрустрации**

63. Принято считать, что изогнутые вертикальные или горизонтальные линии ассоциируются:

- **с изяществом и непринужденностью**

64. Процесс воздействия на психику человека, связанный со снижением критичности при восприятии им внушаемого содержания, не требующий развернутого логического анализа и оценки, носит название:

- **суггестия**

65. Реклама на территории РФ распространяется:

- **на русском языке и, по усмотрению рекламодателей, дополнительно на государственных языках республик и родных языках народов Российской Федерации**

66. Реклама составляет часть рыночного маркетинга, задача которого состоит в обеспечении

- **бесперебойного сбыта произведенной продукции**

67. Реклама, масштаб действия которой — от конкретного места продажи до территории отдельного населенного пункта, носит название рекламы:

- **локальной**

68. Реклама, масштаб действия которой охватывает определенную часть страны, носит название рекламы

- **региональной**

69. Реклама, не предполагающая существенных изменений в поведении потребителей, а подготавливающая его к восприятию вводящей рекламы, — это рекламная кампания ...

- **перспективная**

70. Рекламная деятельность, направленная на достижение конечного результата, основанная на использовании совокупности рекламных средств и акций, — это:

- **рекламная кампания**

71. Смысл методов, опирающихся на теорию З. Фрейда, сводится к использованию в рекламе

- **сексуальных импульсов и инстинктов**

72. Совокупность рекламных действий, имеющих целью за относительно короткий период сформировать у потребителей достаточное знание предмета рекламы, — это реклама ...

- **вводящая**

73. Согласно закона «О рекламе» в процессе рекламы алкогольных и табачных изделий запрещается:

- **демонстрация процессов курения и потребления алкогольных напитков**

74. Социальная группа, с которой индивидуум идентифицирует себя, принимая образ жизни и ценностные ориентации членов группы и подражая им, — это группа ...

- **референтная**

75. Способ предложения предмета рекламы общественности называется:

- **презентация**

76. Средством коммуникации, средством сообщения, носителем рекламы, средством ее распространения, называется:

- **медиум**



77. Стенд для плакатов, журнал, спичечная коробка, троллейбус — все это примеры ...

- **медиумов**

78. То, что рекламируют, основное содержание рекламного сообщения, — это:

- **предмет рекламы**

79. Того, кто осуществляет внушение, называют:

- **суггестором**

80. Тот, кому предназначено рекламное сообщение, адресат рекламного сообщения, — это:

- **объект рекламы**

81. Увеличение числа лиц, охваченных рекламой в течение определенного, в основном непродолжительного, отрезка времени называется:

- **аккумулятивный эффект**

82. Форма проявления потребностей и интересов потребителей к товарам и услугам, которые они могут и готовы приобрести в определенном месте и в определенное время, называется:

- **спрос**

83. Формирование у аудитории чувства прекрасного, воспитание хорошего вкуса — это задача рекламы ...

- **эстетическая**

84. Формула, используемая для определения желаемого воздействия рекламы, в соответствии с которой реклама сначала должна привлечь внимание, затем возбудить интерес к содержанию рекламного сообщения, желание приобрести товар и активность в направлении его приобретения в латинской транскрипции имеет вид

- **AIDA**

85. Целенаправленная деятельность рекламодателя, имеющая целью информировать или расширить знания потребителей о существовании предмета рекламы, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в их памяти носит название:

- **реклама**

86. Часть организационной структуры субъекта рекламы с функциями, определяющими рекламную деятельность, называется:

- **рекламный отдел**

87. Часть прикладной психологии, изучающая проблемы психологии потребностей, восприятия и общения, объектом которых является рекламируемый товар, услуга или марка организации называется:

- **психология рекламы**

88. Чтобы внимание переросло в интерес к рекламируемой продукции, необходимо выбрать такой аргумент или довод в пользу ее приобретения, который бы был:

- **тесно связан с наиболее неудовлетворенной потребностью потребителей**

89. Чувством страха «пользуются» в рекламной кампании прежде всего те фирмы, которые торгуют:

- **лекарствами, медицинскими препаратами**

90. Эффект левой части зрительного поля заключается в том, что ...

- **при чтении газетной страницы глаз воспринимает сначала ту информацию, которая расположена слева, а затем уже переходит на правую сторону**



91. Юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы, — это:

- **рекламодатель**
- 

Файл скачан с сайта [oltest.ru](https://oltest.ru)

oltest.ru

