

ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА
«РЕКЛАМА»

Выберите правильный ответ

1. Постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими выполняет:

- 1) полная информация;
- 2) основная задача;
- 3) процесс рынка;
- 4) основная цель коммуникационной политики.

2. Назовите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

- 1) 7
- 2) 5
- 3) 6
- 4) 10

3. Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке – это:

- 1) поддержка торговой активности;
- 2) персональные продажи;
- 3) стимулирование сбыта;
- 4) имидж.

4. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:

- 1) сейлз-промоушн;
- 2) паблик-релейшнз;
- 3) директ-маркетинг;
- 4) таргетинг.

5. Выберите 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:

- 1) реклама и пропаганда;
- 2) товарная реклама и фирменный стиль;
- 3) реклама и фирменный стиль;
- 4) пропаганда и рекламный слоган.

6. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают (два ответа):

- 1) прямая реклама;
- 2) безличная реклама;
- 3) товарная реклама;
- 4) престижная реклама.

7. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или одногибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

- 1) листовка;
- 2) плакат;
- 3) буклет;
- 4) проспект.

8. Выберите верное определение: программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, процентируемых на одном или нескольких экранах:

- 1) кинофильм;
- 2) видеофильм;
- 3) слайд-фильм.

9. Выберите верное определение: информация, которая зачитывается диктором – это:

- 1) радиообъявление;
- 2) радиоролик;
- 3) телеролик;
- 4) телерепортаж.

10. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:

- 1) почтовая реклама;
- 2) наружная реклама;
- 3) подарочные изделия;
- 4) рекламные сувениры.

11. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:

- 1) стратегия рекламы;
- 2) понимание;
- 3) задача рекламы;
- 4) принцип рекламы.

12. Распространение информации о существовании продукта – это:

- 1) понимание;
- 2) отношение;
- 3) знание;
- 4) намерение.

13. Выберите верное определение: установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем – это:

- 1) директ-маркетинг;
- 2) сейлз-промоушн;
- 3) паблик-релейшнз;
- 4) таргетинг.

14. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:

- 1) рынок;
- 2) рекламное агентство;
- 3) средство распространения рекламы;
- 4) таргетинг.

15. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?

- 1) товарная реклама;
- 2) престижная реклама;
- 3) информативная реклама;
- 4) увещательная реклама.

16. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий:

- 1) 10
- 2) 6
- 3) 8
- 4) 12

17. Выберите верное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:

- 1) проспект;
- 2) буклет;
- 3) листовка;
- 4) плакат.

18. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера – это:

- 1) радиожурнал;
- 2) радиоролик;
- 3) радиообъявление;
- 4) радиорепортаж.

19. Рекламно-информационное письмо относится к:

- 1) рекламным материалам;
- 2) почтовой рекламе;
- 3) рекламным сувенирам;
- 4) наружной рекламе.

20. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это:

- 1) фирменные упаковочные материалы;
- 2) фирменные сувенирные изделия;
- 3) подарочные изделия;
- 4) серийные сувенирные изделия.