

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.06.2023 16:14:23

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b9873610e7085ac0509ac50a74514155621a10ee37a791a19

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
"Курский государственный университет"

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания
ученого совета КГУ
от 29 апреля 2019 г. № 9

**Образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии**

Оценочные материалы для проведения текущего контроля
по дисциплинам
(приложения к рабочим программам дисциплин)

Курск 2019

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине «Безопасность жизнедеятельности»**

**Планы практических занятий семинарского типа по дисциплине
«Безопасность жизнедеятельности»**

Тема 1. Природные ЧС

1. Классификация ЧСПХ. Взаимосвязь ЧСПХ.
2. Науки, изучающие природные явления. Прогноз природных ЧС и защита населения.
3. Землетрясения. Статистика. Естественные и искусственные причины землетрясений. Методы снижения сейсмической опасности. Последствия землетрясений.
4. Причины извержения вулканов. Виды вулканических извержений. Типы вулканических извержений. Поражающие факторы вулканических извержений. Защита населения от поражающих факторов вулканических извержений. Методы прогноза вулканических извержений.
5. Геологические опасные явления и их последствия. Правила поведения.
6. Метеорологические опасные явления и их последствия. Правила поведения.
7. Гидрологические опасные явления и их последствия. Правила поведения.
8. Стихийные бедствия, характерные для нашей страны, их возникновение, протекание, последствия, прогнозирование.
9. Природные пожары: Поражающие факторы. Способы тушения лесных пожаров. Методы профилактики и предупреждения лесных, торфяных и степных пожаров.
10. Биологические ЧС, их классификация. Меры предупреждения, профилактики и ликвидации БЧС.
11. Космические ЧС: Падение небесных тел (метеоры, метеориты, астероиды, кометы). Статистика. Возможные последствия.
12. Магнитные бури. Влияние магнитных бурь на живые организмы.

Тема 2. Техногенные ЧС

1. Понятие техносферы. Структура техносферы и ее основных компонентов. Этапы формирования техносферы. Современное состояние техносферы и техносферной безопасности.
2. Основные причины техногенных аварий и катастроф. Виды, источники основных опасностей техносферы и ее отдельных компонентов.
3. Классификация ЧС техногенного происхождения. Поражающие факторы источников чрезвычайных ситуаций техногенного характера.
4. Аварии на АЭС. Причины. Последствия. Меры радиационной защиты населения.
5. Аварии на ХОО. Причины. Последствия. Защита населения.
6. Аварии на биологически опасных объектах. Причины. Последствия. Защита населения.
7. Спасательные средства, применяемые при авариях на транспорте.
8. Автотранспорт. Причины аварий. Статистика. Безопасное поведение участников дорожного движения.
9. Железнодорожный транспорт. Причины аварий. Статистика. Безопасное поведение на железнодорожном транспорте.
10. Авиатранспорт. Причины аварий. Статистика. Безопасное поведение на воздушном транспорте.
11. Речной и морской транспорт. Причины аварий. Статистика. Безопасное поведение.
12. Пожарная безопасность. Классы пожаров. Источники пожаров. Действия населения.
13. Взрывы. Причины. Поражающие факторы. Действия населения.
14. Аварии на коммунальных системах жизнеобеспечения. Их причины и последствия.
15. Гидродинамические аварии. Их причины и последствия.
16. Техногенные аварии и катастрофы на территории нашей страны

Тема 3. Чрезвычайные ситуации социального характера. Правила поведения.

1. Демографическая проблема. Причины. Последствия.
2. Безработица как социальная опасность. Причины. Последствия
3. Организованная и профессиональная преступность.
4. Детская и подростковая преступность.
5. Коррупция.
6. Терроризм. Формы терроризма и его причины. Способы защиты.
7. Суицид как форма реагирования на экстремальные ситуации социального характера.
8. Проблема зависимости. Природа зависимого поведения.
9. Массовое распространение социально-биологических опасных явлений.

Тема 4. Гражданская оборона.

1. История создания РСЧС. Задачи РСЧС. Структура РСЧС, её уровни и органы управления. Режимы функционирования РСЧС
2. Права и обязанности граждан России в соответствии с Федеральным законом “О защите населения и территории от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера”.
3. Основные задачи МЧС России.
4. Аварийно-спасательные и поисково-спасательные формирования постоянной готовности.
5. Организационная структура комиссий по ЧС в Курской области.
6. ГО: основные понятия и определения, Задачи ГО, История создания ГО.
7. Сигналы гражданской обороны. Система оповещения объекта, города, области. Технические средства оповещения, аппаратура связи. Порядок действия населения по сигналам гражданской обороны.
8. Организация штаба ГО и ЧС в образовательных учреждениях.
9. Ядерное оружие, его боевые свойства. Поражающие факторы ядерного взрыва.
10. Химическое оружие, его боевые свойства и поражающие факторы.

11. Биологическое оружие, его свойства и поражающие факторы.

Тема 5. Защита населения от ЧС

1. Предназначение и основные характеристики фильтрующих противогазов.
2. Предназначение и основные характеристики изолирующих противогазов.
3. Предназначение и основные характеристики респираторов. Простейшие средства защиты дыхательной системы.
4. Средства защиты кожи.
5. Повышение защитных свойств дома (квартиры) от проникновения радиоактивной пыли и химически опасных веществ.
6. Организация и проведение эвакуационных мероприятий. Принципы и способы эвакуации населения.
7. Организация защиты с/х животных и растений, продуктов сельскохозяйственного производства, воды и обеззараживания продовольствия.
8. Виды защитных сооружений: убежища, противорадиационные укрытия, укрытия простейшего типа. Укрытие населения в защитных сооружениях.
9. Действия учителя при возникновении ЧС.

Тема 6. Охрана труда и техника безопасности применительно к сфере профессиональной деятельности.

1. Производственная среда. Понятие.
2. Опасные производственные факторы (ОПФ) и вредные производственные факторы (ВПФ). Классификация. ПДК.
3. Пути проникновения вредных веществ в организм человека, действие вредных веществ на организм человека.
4. Психофизиологические факторы производственной среды.
5. Нормативно-правовые акты в области безопасности труда.
6. Производственная санитария.
7. Расследование и учет несчастных случаев на производстве.
8. Классификация тяжести и напряженности труда
9. Работоспособность. Утомление. Переутомление. Профилактика.

10. Физиология и гигиена труда. Эргономика.

Тема 7. Автономное пребывание человека в природе

1. Добровольная автономия
2. Вынужденная автономия
3. Факторы выживания в условиях автономного существования
4. Обеспечение водой
5. Обеспечение питанием.
6. Добыча огня. Виды костров.
7. Временные укрытия.
8. Способы ориентирования на местности.
9. Способы подачи сигналов бедствия.

Тема 8. Первая доврачебная помощь при неотложных состояниях

1. Виды кровотечений. Первая медицинская помощь при кровотечениях.
2. Виды переломов. Первая медицинская помощь при переломах, ушибах, вывихах, растяжениях.
3. Первая медицинская помощь при отравлении.
4. Первая медицинская помощь при ожогах и обморожениях.
5. Первая медицинская помощь при обмороках, тепловом и солнечном ударе, утоплении, удушении.
6. Первая медицинская помощь при укусах насекомых, животных.
7. Первая помощь при электротравмах.
8. Реанимация. Признаки клинической и биологической смерти.
9. Последовательность и правила проведения реанимационных мероприятий.

Тема 9. ЗОЖ и его компоненты

1. История формирования идей о сохранении здоровья на Руси.
2. Распространенность и структура заболеваний в России, их динамика.
3. Социально-педагогические аспекты здорового образа жизни.
4. Роль учителя в сохранении, укреплении здоровья и предупреждении заболеваний у детей.
5. Принципы здорового образа жизни. Условия здорового образа жизни.

6. Показатели и критерии здорового образа жизни.
7. Значение ЗОЖ в профилактике психических расстройств, и аддиктивного поведения.
8. Деятельность Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) по пропаганде и внедрению ЗОЖ.

Устный ответ оценивается по пятибалльной шкале:

- полнота и содержательность раскрытия вопроса (0-1 балл);
- доказательность и аргументированность (0-1 балл);
- логичность и структурированность содержания ответа (0-1 балл);
- обоснованность применения терминологии (0-1 балл);
- культура речи (0-1 балл).

ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Теоретические основы безопасности жизнедеятельности.

1. Предметом безопасности жизнедеятельности являются:

- 1) массовые заболевания;
- 2) взаимодействия между людьми;
- 3) дисциплина, изучающая опасности и защиту от них.

2. Что представляет собой безопасность жизнедеятельности как научная дисциплина:

- 1) область знаний, охватывающих теорию и практику повседневной жизни человека;
- 2) область практических знаний, о безмятежном и благоустроенном существовании современного человека;
- 3) область научных знаний, охватывающих теорию и практику защиты человека от опасных и вредных факторов во всех сферах человеческой деятельности, сохранение безопасности и здоровья в среде обитания;
- 4) область теоретических знаний о сохранении здоровья человека;
- 5) область теоретических знаний о деятельности службы безопасности и охранных предприятий.

3.Безопасность жизнедеятельности – это:

- 1) безмятежный и благоустроенный быт современного человека;
- 2) наука о комфортном и безопасном взаимодействии человека с техносферой;
- 3) вся сумма факторов, воздействующих на человека в быту;
- 4) деятельность службы безопасности;
- 5) совокупность факторов, воздействующих на человека в процессе трудовой деятельности.

4. Безопасность жизнедеятельности призвана интегрировать комплекс знаний, необходимых для обеспечения:

- 1) комфортного состояния человека;
- 2) безопасности человека в окружающей среде;
- 3) комфортного состояния человека и безопасности во взаимодействии его со средой обитания;
- 4) безопасности среды обитания;
- 5) условий для высокоэффективной трудовой деятельности.

5. Какие вопросы решает безопасность жизнедеятельности?

- 1) обеспечение безопасности в бытовой и производственной среде;
- 2) обеспечение безопасности жизнедеятельности в городской среде;
- 3) обеспечение безопасности в окружающей природной среде;
- 4) обеспечение безопасности в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени
- 5) все перечисленные.

6. Основным направлением в практической деятельности в области безопасности жизнедеятельности является:

- 1) мониторинг среды и контроль источников опасностей;
- 2) формирование требований безопасности и экологичности к источникам опасностей;
- 3) разработка и использование средств защиты от опасностей;

- 4) профилактика причин и предупреждения условий возникновения опасных ситуаций;
- 5) использование системы льгот и компенсаций и др.

7. Что выступает правовой основой охраны окружающей среды и обеспечения необходимых условий жизнедеятельности человека:

- а) федеральный закон «Об охране атмосферного воздуха»;
- б) строительные нормы и правила;
- в) федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»;
- г) система стандартов «Охрана природы».

8. Какая организация осуществляет общее наблюдение за состоянием окружающей среды:

- а) Росгидромет;
- б) Министерство природных ресурсов РФ;
- в) Министерство здравоохранения РФ;
- г) Министерство РФ по атомной энергии.

9. Служба охраны труда должна создаваться на предприятиях или в организациях с численностью персонала:

- а) 100 и менее человек;
- б) больше 100 человек;
- в) больше 300 человек.

10. Какой орган управления РФ осуществляет координацию деятельности государственных и местных органов в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций:

- а) Министерство финансов РФ;
- б) Министерство РФ по делам ГО и ЧС и ликвидации последствий стихийных бедствий (МЧС);
- в) Министерство здравоохранения РФ;
- г) Министерство внутренних дел РФ.

11. Как называется величина возможного уровня экономического ущерба, причиненного аварией или катастрофой:

- а) опасность;
- б) риск;
- в) уязвимость;
- г) экономический ущерб.

12. Какой метод оценки опасности чрезвычайной ситуации применяется при отсутствии массива данных или малой изученности объекта оценки:

- а) экономико-статистический;
- б) комбинированный;
- в) экспертных оценок.

13. К какому виду экономического ущерба относятся расходы на приобретение необходимых медикаментов и оборудования в процессе ликвидации последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий:

- а) к косвенному;
- б) к прямому.

14. В каком году было создано Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий:

- а) в 1961 г.;
- б) в 1990 г.;
- в) в 1994 г.

15. Какие задачи выполняет РСЧС в режиме повседневной деятельности:

- а) оперативное управление ходом аварийно-спасательных и других неотложных работ;
- б) подготовку к конкретным ЧС и смягчению их последствий;
- в) наблюдение и контроль за состоянием природной среды и потенциальноопасных объектов.

16. На какой режим работы переходит РСЧС при ухудшении радиационной, химической или сейсмической обстановки:

- а) повседневной деятельности;
- б) повышенной готовности;
- в) чрезвычайный режим.

17. Для чего создана Единая Государственная система предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций (РСЧС)?

- а) создана на случай возникновения массовых беспорядков;
- б) создана для проведения мероприятий по предупреждению чрезвычайных ситуаций;
- в) создана для снижения возможного размера ущерба;
- г) создана для максимально возможного снижения размеров потерь в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.

18. Какие задачи призвана решать Российская Единая Государственная система предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций (РСЧС)?

- а) самые разнообразные задачи;
- б) задачи, охватывающие все сферы деятельности народного хозяйства страны;
- в) задачи обеспечения безопасности населения и защиты окружающей среды, а также сил быстрого реагирования на все чрезвычайные ситуации, где бы они не происходили;

19. Что представляет собой организация Российская Единая Государственная система предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций (РСЧС)?

- а) состоит из хорошо законспирированных сотрудников, работающих в тылу противника;
- б) состоит из вооруженных отрядов;
- в) состоит из функциональных подсистем;

г)состоит из территориальных подсистем и имеет пять уровней: федеральный, региональный, территориальный, местный и объектовый

20. Что такое Гражданская оборона (ГО)?

- а)оборона от терроризма, бандитизма силами мирных граждан;
- б)система мероприятий, направленных на сохранение, бережное использование и воспроизводство природных ресурсов;
- в)система оборонных заказов, которые выполняются на гражданских предприятиях и военно-промышленных комплексах;
- г)система оборонных, инженерно-технических и организационных мероприятий, осуществляемых в целях защиты гражданского населения и объектов народного хозяйства от опасностей, возникающих при военных действиях.

21. Что представляет собой организация и ведение Гражданской обороны в Российской Федерации?

- а) это борьба с терроризмом и бандитизмом силами граждан;
- б) это одна из важнейших функций государства;
- в) это одна из составных частей оборонного строительства;
- г) это важнейший элемент национальной безопасности.

22. Для ведения спасательных и других неотложных работ имеются силы ГО, которые включают:

- а)войска ГО и невоенизированные формирования, а так же могут привлекаться ведомственные формирования
- б)войска МО РФ
- в)Российское космическое агентство
- г)ФСБ

23. В министерствах и ведомствах РФ созданы самостоятельные подразделения

- а)штабы ГО и ЧС
- б)спецуправление
- в)группы

г)секторы

24. РСЧС состоит из следующих уровней

а)региональный и глобальный

б)частный, объектовый, местный

в)федеральный, региональный, территориальный, местный, объектовый

г)федеральный, краевой, республиканский

25. РСЧС состоит из

а)региональных и местных подсистем

б)краевых и областных подсистем

в)республиканских и областных подсистем

г)территориальных и функциональных подсистем

26.Органом управления ГО на федеральном уровне является

а)Государственный комитет по ГО и ЧС

б)Правительство РФ

в)Федеральная служба России по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды

г)МЧС России

Организация защиты населения в мирное и военное время

1. Сирены и прерывистые гудки предприятий и транспортных средств означают сигнал оповещения:

а) «Внимание! Опасность!»

б) «Внимание всем!»

в) «Тревога».

2. Находясь дома, вы слышите прерывистые гудки предприятия и машин. Ваши действия:

а) немедленно покинете помещение и спуститесь в убежище;

б) плотно закроете все форточки и двери;

в) немедленно включите телевизор, радиоприемник и будите слушать сообщение.

3. Если сигнал об угрозе нападения противника застал вас дома, необходимо:

- а) оставаться дома, плотно закрыв окна и двери;
- б) быстро покинуть здание и спуститься в ближайшее убежище;
- в) покинуть здание и отойти от него на безопасное расстояние.

4. Если сигнал об угрозе нападения противника застал вас в общественном месте, необходимо:

- а) покинуть общественное место и отойти от него на безопасное расстояние;
- б) покинуть общественное место, попытаться доехать до дома и укрыться там;
- в) выслушать указания администратора о месте нахождения укрытия и быстро направиться туда.

5. Если сигнал об угрозе нападения противника застал вас на улице, необходимо:

- а) быстро попасть домой;
- б) укрыться в том районе, где застал сигнал;
- в) сообщить родственникам о тревоге.

6. При объявлении эвакуации граждане обязаны взять с собой:

- а) личные вещи, документы, продукты питания, хозяйственные и туалетные принадлежности, необходимый ремонтный инструмент;
- б) документы, продукты питания, спальные и туалетные принадлежности, средства индивидуальной защиты;
- в) личные вещи, документы, продукты питания, туалетные принадлежности, средства индивидуальной защиты.

7. Что необходимо сделать в квартире перед убытием на сборный эвакуационный пункт:

- а) закрыть и забить досками окна и форточки, отключить все осветительные и электронагревательные приборы, вывернуть электролампочки, закрыть краны водопроводный и газовой сетей;

- б) закрыть окна и форточки, закрыть краны водопроводный и газовой сетей, произвести влажную уборку помещений, все вещи с балкона и коридоров внести в комнату, закрыть квартиру на замок;
- в) закрыть окна и форточки, отключить все осветительные и электронагревательные приборы, закрыть краны водопроводной и газовой сетей.

8. К коллективным средствам защиты относятся:

- а) убежище и противорадиационные укрытия;
- б) противогазы и респираторы;
- в) средства защиты кожи и респираторы на всех работников предприятия.

9. Противорадиационное укрытие защищает:

- а) от ударной волны;
- б) от АХОВ;
- в) от радиоактивного заражения.

10. Противогаз служит для защиты органов дыхания, лица и глаз:

- а) от отравляющих веществ и высоких температур внешней среды при пожаре;
- б) от отравляющих, радиоактивных веществ и бактериальных средств;
- в) от радиоактивных веществ и бактериальных средств.

11. К простейшим средствам защиты органов дыхания относятся:

- а) фильтрующие гражданские и промышленные противогазы;
- б) ватно-марлевая повязка и противопыльная тканевая маска;
- в) фильтрующие детские, изолирующие противогазы и респираторы.

12. Из предметов бытовой одежды наиболее пригодны для защиты кожи:

- а) плащи и накидки из прорезиненной ткани или покрытые хлорвиниловой плёнкой;
- б) любая верхняя одежда;
- в) короткие куртки, пиджаки.

13. Цель йодной профилактики не допустить:

- а) поражение щитовидной железы;

- б) возникновение лучевой болезни;
- в) внутреннего облучения.

14. Для обеззараживания АХОВ, попавших на тело и одежду человека, на средства индивидуальной защиты и инструмент, нужно использовать:

- а) индивидуальные противорадиационные пакеты;
- б) индивидуальные перевязочные пакеты;
- в) индивидуальные противохимические пакеты.

15. Для удаления с наружных покровов животных радиоактивной пыли, обезвреживание вредных и ядовитых веществ, а также возбудителей инфекционных болезней проводятся:

- а) санитарная обработка;
- б) специальная обработка;
- в) ветеринарная обработка.

16. Дезинфекция зараженных продуктов растениеводства проводится с помощью:

- а) химических средств, повышенной температуры или проварки;
- б) биологических средств, пониженной температуры или прожаривания;
- в) проветривание и замораживания.

17. Что включает в себя комплекс основных мероприятий, способствующий обеспечению безопасности населения в чрезвычайных ситуациях:

- а) своевременное оповещение, мероприятия противорадиационной и противохимической защиты, укрытие в защитных сооружениях, использование средств индивидуальной защиты и эвакуации;
- б) телевизионное вещание, радиовещание;
- в) электросирены, различные сигнальные устройства
- г) использование бомбоубежищ

18. Основными способами защиты населения являются:

- а) Укрытие людей в приспособленных под нужды защиты населения помещениях производственных, общественных и жилых зданий, специальных защитных сооружениях, эвакуация населения из зон чрезвычайных ситуаций;
- б) использование населением знаний об основах гражданской обороны и средствах массовой защиты;
- в) использование населением средств индивидуальной защиты органов дыхания и кожных покровов, а также проведение мероприятий медицинской защиты;
- г) проведение аварийно-спасательных и других неотложных работ в зонах чрезвычайных ситуаций

19. Каким основным способом осуществляется оповещение населения о чрезвычайных ситуациях в мирное время и в условиях войны:

- а) передачей информации по телефонной сети;
- б) передачей информации от человека к человеку;
- в) речевой информацией с использованием государственных сетей проводного радиовещания;
- г) речевой информацией с использованием местных сетей проводного телевизионного вещания.

20. По сигналу “Внимание всем!” необходимо:

- а) надеть средства индивидуальной защиты, покинуть помещение, быстро направиться в убежище;
- б) быстро спуститься на лифте на улицу;
- в) включить радио и телевизор и прослушать информацию органов управления ГО и ЧС

21. К средствам коллективной защиты относятся:

- а) противогаз, противопылевая тканевая маска;
- б) ватно-марлевые повязки

в) костюм Л-1

г) убежище, противорадиационное укрытие, открытые и перекрытые щели

22. Эвакуация населения это

а) организованный вывоз(вывод) людей из зоны ЧС в безопасную зону;

б) приспособление людей к новым климатогеографическим условиям;

в) состояние людей после длительного физического напряжения;

г) воздействие на поверхность тела разных температур посредством водных и воздушных масс

23. Сирены и прерывистые гудки предприятий и транспортных средств означают сигнал оповещения:

а) «Внимание! Опасность!»

б) «Внимание всем!»

в) «Тревога».

24. При объявлении эвакуации граждане обязаны взять с собой:

а) личные вещи, документы, продукты питания, хозяйственные и туалетные принадлежности, необходимый ремонтный инструмент;

б) документы, продукты питания, спальные и туалетные принадлежности, средства индивидуальной защиты;

в) личные вещи, документы, продукты питания, туалетные принадлежности, средства индивидуальной защиты.

25. Что необходимо сделать в квартире перед убытием на сборный эвакуационный пункт:

а) закрыть и забить досками окна и форточки, отключить все осветительные и электронагревательные приборы, вывернуть электролампочки, закрыть краны водопроводный и газовой сетей;

б) закрыть окна и форточки, закрыть краны водопроводный и газовой сетей, произвести влажную уборку помещений, все вещи с балкона и коридоров внести в комнату, закрыть квартиру на замок;

в) закрыть окна и форточки, отключить все осветительные и электронагревательные приборы, закрыть краны водопроводной и газовой сетей.

26. К индивидуальным средствам защиты относятся:

- а) убежище и противорадиационные укрытия;
- б) противогазы и респираторы;
- в) средства защиты кожи

27. Противорадиационное укрытие защищает:

- а) от ударной волны;
- б) от СДЯВ;
- в) от радиоактивного заражения.

28. Для чего необходимы средства индивидуальной защиты человека:

- а) для защиты от бытовых травм;
- б) предохраняют от попадания на кожные покровы радиоактивных, отравляющих веществ и бактериальных средств;
- в) предохраняют от попадания внутрь организма зараженного воздуха;
- г) предохраняют от попадания внутрь организма радиоактивных, отравляющих веществ и бактериальных средств.

29. На какие группы подразделяются средства индивидуальной защиты человека:

- а) на средства индивидуальной защиты эндокринной и лимфатической систем;
- б) на средства индивидуальной защиты органов дыхания;
- в) на медицинские средства: пакет перевязочный, аптечка индивидуальная АИ - 2, индивидуальный противохимический пакет ИПХ - 8;
- г) на средства индивидуальной защиты кожи.

30. Что относится к средствам защиты органов дыхания:

- а) специальная салфетка;
- б) фильтрующие противогазы;

- в) респираторы;
- г) ватно-марлевая повязка и противопыльная тканевая маска ПТМ-1;
- д) накидки, резиновые сапоги и перчатки

31. Для чего предназначен пакет перевязочный медицинский:

- а) для удаления пыли и грязи;
- б) для очищения зараженных участков кожи;
- в) для наложения стерильных повязок на раны;
- г) для наложения стерильных повязок на ожоги.

Чрезвычайная ситуация и защита населения от их последствий.

1. Признаками приближающегося землетрясения могут быть:

- а) голубоватое свечение внутренней поверхности домов, искрение близко расположенных (но не соприкасающихся) электрических проводов, запах газа в районах, где раньше этого не намечалось, вспышки в виде рассеянного света зарниц;
- б) резкое изменение погодных условий, самовоспламенение и самовозгорание горючих веществ и материалов, выпадение обильных осадков в виде дождя или снега;
- в) короткое замыкание электросети, непонятный гул, качание люстры и дрожание стекол в окнах.

2. Наиболее подходящие места для укрытия в здании при землетрясении:

- а) места под подоконником, внутри шкафов, гардеробов, углы, образованные внутренними перегородками;
- б) места под прочно закрепленными столами, рядом с кроватями, у колонн, проемы в капитальных внутренних стенах, углы, образованные капитальными внутренними стенами, дверные проемы;
- в) вентиляционные шахты и короба, балконы и лоджии, места внутри кладовок и встроенных шкафов.

3. При извержении вулкана, находясь в непосредственной близости от него, необходимо:

- а) убегать перпендикулярно направлению движения потоков лавы;
- б) защищать органы дыхания, следовать в укрытие;
- в) укрыться за большим камнем.

4. Наибольшую опасность при извержении вулкана представляют:

- а) взрывная волна и разброс обломков;
- б) водяные и грязекаменные потоки;
- в) резкие колебания температуры;
- г) тучи пепла и газов («палящая туча»).

5. Наиболее безопасные места при сходе оползней, обвалов, лавин:

- а) склоны гор, где оползневые процессы не очень интенсивны, ущелья и выемки между горами;
- б) возвышенности, расположенные с противоположной стороны селеопасного направления, склоны гор и возвышенностей, не расположенные к оползневому процессу;
- в) долины между гор с селе- и лавиноопасными участками, большие деревья с толстыми стволами, большие камни, за которыми можно укрыться.

6. Находясь дома в селеопасном районе, вы услышали сообщение об угрозе схода селя. Ваши действия:

- а) соберете все ценное имущество во дворе и укроете его в помещении, сами укроетесь в погребе;
- б) плотно закроете вентиляционные и другие отверстия, все двери и окна, будите выходить на склон горы через ущелье или небольшую долину;
- в) выйдете из здания и направитесь в безопасное место, предупредите соседей об угрозе селя, будите выходить на склон горы, находящийся на селебезопасном направлении.

7. Во время прохождения лавиноопасного участка в горах вы с группой туристов увидели внезапный сход снежной лавины. Ваши действия:

- а) быстро начнете организованный выход из лавиноопасного участка;

- б) разделитесь на несколько групп, каждая из которых начнет самостоятельно спускаться в долину;
- в) при помощи веревок закрепитесь за большие камни;
- г) укройтесь за скалой или ее выступом, ляжете и прижметесь к земле, закрыв голову руками.

8. Принцип работы одного из указанных приборов напоминает принцип действия смерча:

- а) пылесос;
- б) утюг;
- в) газовая плита;
- г) холодильник.

9. Безопасные естественные укрытия на улице во время урагана и бури:

- а) большие отдельно стоящие деревья, крупные камни;
- б) столбы, мачты, линии электропередачи;
- в) овраги, ямы, рвы, канавы, кюветы дорог.

10. При внезапном возникновении урагана, бури, смерча вы должны:

- а) закрыть двери и встать у оконных проемов, чтобы можно было увидеть окончание урагана, бури, смерча;
- б) отойти от окон, перейти в наиболее безопасное место, дождаться снижения порыва ветра, перебраться в наиболее надежное укрытие;
- в) подняться на чердак, закрыть окна, переждать стихийное бедствие.

11. При угрозе наводнения и получении информации о начале эвакуации населения необходимо взять с собой:

- а) документ, удостоверяющий личность, водительские права, удостоверение или пропуск с места работы, сберегательную книжку, бланки квитанций на оплату квартиры;
- б) однодневный запас продуктов питания, паспорт или свидетельство о рождении; комплект нижней одежды, средства индивидуальной защиты органов дыхания или кожи;

в) пакет с документами и деньгами, медицинскую аптечку, трехдневный запас продуктов, постельное белье, туалетные принадлежности, комплект верхней одежды и обуви.

12. При внезапном наводнении до прибытия помощи следует:

- а) оставаться на месте и ждать указаний по телевидению (радио), при этом вывесить белое или цветное полотенце, чтобы вас обнаружили;
- б) быстро занять ближайшее возвышенное место и оставаться там до схода воды, при этом подавать сигналы, позволяющие вас обнаружить;
- в) спуститься на нижний этаж здания и подавать световые сигналы.

13. Одним из последствий наводнения являются:

- а) нарушение сельскохозяйственной деятельности и гибель урожая;
- б) взрывы промышленных объектов в результате действия волны прорыва;
- в) возникновение местных пожаров, изменение климата.

14. При заблаговременном оповещении о приближении цунами необходимо:

- а) включить телевизор, радио, выслушать сообщения и рекомендации;
- б) открыть окна и двери нижних этажей;
- в) выйти из здания и направиться как можно ближе к побережью.

15. Действие цунами не опасно:

- а) в открытом океане;
- б) на равнинных побережьях;
- в) на побережьях с пологим берегом;
- г) в открытых бухтах и заливах.

16. Если вы оказались в лесу, где возник пожар, то необходимо:

- а) оставаться на месте до приезда пожарных;
- б) определить направление ветра и распространение огня быстро выходить из леса в наветренную сторону;
- в) определить направление ветра и распространение огня быстро выходить из леса в подветренную сторону.

17. При движении по зараженной радиоактивными веществами местности необходимо:

- а) периодически снимать средства индивидуальной защиты органов дыхания и кожи и отряхивать их от пыли, двигаться по высокой траве и кустарнику, принимать пищу и пить только при ясной безветренной погоде.
- б) находиться в средствах индивидуальной защиты, избегать движения по высокой траве и кустарнику, без надобности не садиться и не прикасаться к местным предметам, не принимать пищу, не пить, не курить, не поднимать пыль и не ставить вещи на землю;
- в) находиться в средствах индивидуальной защиты, периодически снимать их и отряхивать от пыли, двигаться по высокой траве и кустарнику, не принимать пищу, не курить, не поднимать пыль и не ставить вещи на землю.

18. Наиболее сильной проникающей способностью обладает:

- а) альфа-излучение
- б) бета-излучение;
- в) гамма-излучение.

19. Проникающая радиация может вызвать:

- а) лучевую болезнь;
- б) поражение центральной нервной системы.
- в) поражение опорно-двигательного аппарата.

20. В случае оповещения об аварии с выбросом АХОВ последовательность ваших действий будут следующей:

- а) включить радио, выслушать рекомендации, надеть средства защиты, закрыть окна, отключить газ, воду, электричество, взять необходимые вещи, документы и продукты питания, укрыться в убежище или покинуть район аварии;
- б) включить радио, выслушать рекомендации, надеть средства защиты, взять необходимые вещи, документы и продукты питания, укрыться в убежище или покинуть район аварии;

в) надеть средства защиты, закрыть окна, отключить газ, воду, электричество, погасить огонь в печи, взять необходимые вещи, документы и продукты питания, укрыться в убежище или покинуть район аварии;

21. Каковы будут ваши действия при аварии на химическом предприятии, если отсутствуют индивидуальные средства защиты, возможность укрытия в убежище и выхода из зоны аварии:

- а) выключить радио, отойти от окон и дверей и загерметизировать жилище;
- б) включить радио, и прослушать информацию, закрыть окна и двери, входные двери завесить плотной тканью и загерметизировать жилище;
- в) включить радио, перенести ценные вещи в подвал или отдельную комнату и подавать сигнал о помощи.

22. Выходить из зоны химического заражения следует:

- а) перпендикулярно направлению ветра;
- б) по направлению ветра;
- в) навстречу потоку ветра.

23. При герметизации помещений в случае аварий с выбросом АХОВ необходимо:

- а) закрыть, заклеить и уплотнить подручными материалами двери и окна;
- б) закрыть входные двери и окна, заклеить вентиляционные отверстия, заложить дверные проемы влажной тканью, заклеить и уплотнить подручными материалами оконные проемы;
- в) закрыть, заклеить и уплотнить подручными материалами двери и окна; при этом ни в коем случае не заклеивать вентиляционные отверстия.

24. Для приведения огнетушителя ОП-10 в действие необходимо:

- а) поднести огнетушитель к очагу пожара, прочистить spryск (отверстие), поднять рукоятку до отказа на 180°, перевернуть огнетушитель вверх дном, встряхнуть и направить струю на очаг загорания;
- б) поднести огнетушитель к очагу пожара, перевернуть огнетушитель вверх дном, не трогая рукоятку, встряхнуть и направить струю на очаг загорания;

в) поднести огнетушитель к очагу пожара, поднять рукоятку до отказа на 180^0 , не переворачивая его вверх дном, встряхнуть и направить струю на очаг загорания;

25. Для приведения в действие огнетушителя ОУ необходимо:

- а) сорвать пломбу и выдернуть чеку, направить раструб на пламя и нажать на рычаг;
- б) прочистить раструб, нажать на рычаг и направить на пламя;
- в) нажать на рычаг, взяться за раструб рукой, направить на пламя и держать до прекращения горения.

26. При работе с углекислотным огнетушителем ОУ не разрешается:

- а) прикасаться к раструбу руками без защитных перчаток;
- б) прикасаться к баллону огнетушителя в резиновых перчатках;
- в) при тушении электроустановок подводить раструб близко к пламени.

27. К поражающим факторам взрыва относятся:

- а) высокая температура и волна прорыва;
- б) осколочные поля и ударная волна;
- в) сильная загазованность местности.

28. Как должен действовать пассажир, если автомобиль, в котором он ехал, упал в воду с моста и погружается на дно:

- а) ухватиться за водителя и ждать пока он вытащит пассажира из автомобиля;
- б) сделать глубокий вдох, подождать пока автомобиль полностью наполнится водой, открыть дверь и выбить стекло, выбраться из автомобиля и плыть вверх;
- в) быстро избавиться от верхней одежды, сделать несколько вдохов и выдохов, при заполнении автомобиля водой на половину выбраться через дверь или разбить лобовое стекло, резко всплыть.

29. Вы едете на заднем сиденье автомобиля один, в результате резкого торможения, автомобиль занесло, неизбежен удар о столб. Ваши действия:

- а) не дожидаясь удара, попытаетесь открыть двери и выбраться из автомобиля;
- б) лечь на сиденье закрыть голову руками, после удара и остановки, если возможно, выбраться наружи, вызвать «скорую помощь» и ДПС, при необходимости начать оказание помощи потерпевшим;
- в) упереться руками в переднее сидение, а ногами в пол, подсказать водителю, что следует делать, после удара выбраться наружу, вызвать «скорую помощь» и ДПС.

30. При столкновении движущегося автомобиля с неподвижным препятствием безопаснее удариться:

- а) левым крылом;
- б) правым крылом;
- в) серединой бампера.

31. Выберите наиболее лучшую точку опоры внутри движущегося трамвая, троллейбуса или автобуса:

- а) горизонтальный поручень над головой;
- б) поручень спинки кресла;
- в) вертикальный поручень у дверей.

32. Зонами опасности в метро являются:

- а) турникеты на входе, эскалатор, перрон, вагон поезда
- б) вход в метро и выход из него, площадка перед эскалатором;
- в) вагон поезда, эскалатор, переходы с одной станции на другую.

33. Вагон метрополитена, в котором вы едите, заполняется дымом. Ваши действия:

- а) попытаться открыть двери вагона и форточки, чтобы поступал свежий воздух, а затем осторожно передвигаться ближе к выходу;
- б) по внутренней связи передать сообщение машинисту, найти под сиденьем в вагоне огнетушитель, сохранять спокойствие, при остановке поезда в тоннеле и открытии дверей не выходить на пути;

в) сообщить машинисту о необходимости экстренной остановки поезда и быстро занять место у выхода, как только поезд остановится в тоннеле, немедленно покинуть аварийный вагон.

34. Самые безопасные места в вагоне поезда – это:

- а) места у окон в коридоре купейного вагона;
- б) полки купе, расположенные против движения поезда;
- в) полки купе, расположенные в сторону движения поезда.

35. Какие вагоны поезда представляют наибольшую угрозу пассажирам при столкновении:

- а) средние вагоны;
- б) первый и последний вагон;
- в) два предпоследних вагона.

36. Назовите аварийные выходы в вагоне поезда:

- а) открываемые окна в третьем и в шестом купе со стороны поперечных полок;
- б) окна в туалетах;
- в) переходы через тамбуры в соседние вагоны.

37. В каких случаях нельзя скрывать стоп-кран и останавливать поезд даже в случаях крайней необходимости, например при пожаре:

- а) когда поезд едет со скоростью более 50 км/ч;
- б) на мосту, в тоннеле и других местах, где может осложниться эвакуация людей;
- в) в пределах санитарной зоны населенного пункта.

38. При аварийной посадке самолета необходимо:

- а) руки сложить на животе, согнуться и поджать ноги;
- б) надеть спасательный жилет, руками упереться в спинку переднего сиденья, а голову зажать между коленями;
- в) согнуться, наклонить голову как можно ниже и прикрыть ее руками, упереться ногами в спинку переднего сиденья.

39. Действия пассажиров при пожаре на борту самолета:

- а) немедленно наденете кислородную маску, защитите от ожогов тело и будьте ждать спасателей;
- б) защититесь от ожогов, закрыв открытые участки тела, пригнетесь и поползете к выходу на четвереньках, прикрыв рот и нос платком или элементами одежды, смоченными жидкостью; оказавшись за бортом, быстро отойдете от самолета;
- в) попросите бортпроводницу принести бутылку с минеральной водой, по спинкам кресла проберетесь к выходу, обливая себя водой на ходу, оказавшись за бортом, встанете около самолета на случай, если понадобится помощь.

40. Самолет произвел вынужденную посадку на воду. Вам необходимо:

- а) надеть спасательный жилет и надуть его, взять с собой или надеть теплую одежду, идти к выходу для посадки в спасательный плот;
- б) взять с собой спасательный жилет и теплую одежду, подойти к выходу, спуститься в спасательный плот, надеть теплую одежду и спасательный жилет;
- в) надеть и надуть спасательный жилет, взять запас продуктов, пройти в соседний салон и ждать помощи бортпроводницы.

41. При нарушении герметичности в салоне самолета необходимо:

- а) пристегнуть ремень безопасности и, закрыв голову руками, наклониться вперед;
- б) немедленно надеть кислородную маску, пристегнуть ремень безопасности и приготовиться к быстрому снижению;
- в) пристегнуть ремень безопасности, помочь пристегнуться соседям, надеть кислородную маску.

42. Действия пассажира при прыжке в воду с терпящего бедствие судна:

- а) закрыть лицо обеими руками, прыгнуть в воду ногами вниз прижатыми друг к другу, быстро отплыть от судна;
- б) вдохнуть и задержать дыхание, зажать рот рукой, прыгнуть в воду слегка согнув ноги, приводнившись, отплыть от судна;

в) осмотреть место приводнения, вдохнуть и задержать дыхание, зажать рукой рот и нос, другой рукой оттянуть вниз спасательный жилет, прыгнуть в воду ногами вниз, слегка согнув их, приводнившись, отплыть от судна.

43. Гидродинамические аварии – это:

- а) аварии на химически опасных объектах, в результате которых может произойти заражение воды;
- б) аварии на гидродинамически опасных объектах, в результате которых могут произойти катастрофические затопления;
- в) аварии на пожаро-, взрывоопасных объектах, в результате которых может произойти взрыв.

44. Двери на путях эвакуации из производственного помещения должны открываться

- а) внутрь;
- б) наружу;
- в) быть раздвижными.

45. Горение - это

- а) процесс окисления (химической реакции окислителя с веществом), сопровождающийся выделением тепла и пламени;
- б) неконтролируемое горение, наносящее вред жизни и здоровью человека, интересам государства, сопровождающееся огнем, искрами, токсическими продуктами горения, дымом, повышенной температурой;
- в) мгновенное горение с разложением горючего вещества.

46. Пожар - это

- а) процесс окисления (химической реакции окислителя с веществом), сопровождающийся выделением тепла и пламени;
- б) неконтролируемое горение, наносящее вред жизни и здоровью человека, интересам государства, сопровождающееся огнем, искрами, токсическими продуктами горения, дымом, повышенной температурой;
- в) мгновенное горение с разложением горючего вещества.

47.Взрыв - это

- а)процесс окисления (химической реакции окислителя с веществом), сопровождающийся выделением тепла и пламени;
- б)неконтролируемое горение, наносящее вред жизни и здоровью человеку, интересам государства, сопровождающееся огнем, искрами, токсическими продуктами горения, дымом, повышенной температурой;
- в)мгновенное горение с разложением горючего вещества.

48.Способы прекращения горения

- а)прекращение (уменьшение) доступа окислителя, уменьшение температуры в очаге, торможение скорости реакции и т.п.;
- б)пожарные спасательные устройства, средства пожарной и пожарно-охранной сигнализации и др.;
- в)вода, пена, инертные и негорючие газы и т.д.

49.Средствами тушения пожара являются

- а)прекращение (уменьшение) доступа окислителя, уменьшение температуры в очаге, торможение скорости реакции и т.п.;
- б)пожарные спасательные устройства, средства пожарной и пожарно-охранной сигнализации и др.;
- в)вода, пена, инертные и негорючие газы и т.д.

50.Для тушения пожара в электроустановках, находящихся под напряжением, можно использовать

- а)воду;
- б)огнетушитель химически-пенный;
- в)огнетушитель углекислотный.

51.Для вызова подразделений пожарной охраны необходимо позвонить

- а)01;
- б)02;
- в)93;
- г)112.

52.Поражающие фактора пожара:

- а)открытый огонь;
- б)интенсивное излучение гамма-лучей, поражающее людей;
- в)токсичные продукты горения, поражающие органы дыхания человека;
- г)разрушение зданий и поражение людей за счет смещения поверхностных слоев земли;
- д)образование облака зараженного воздуха

53. Передача каких инфекций осуществляется воздушно – капельным или воздушно – пылевым путем:

- а) кишечные инфекции;
- б) инфекции дыхательных путей;
- в) кровяные инфекции.

54. Возбудитель каких инфекций передается через укусы кровососущих насекомых:

- а) инфекции наружных покровов;
- б) кишечные инфекции;
- в) кровяные инфекции.

55. Эпидемия-

- а) это широкое распространение инфекционной болезни, значительно превышающие обычно регистрируемый на данной территории уровень заболеваемости;
- б) это не широкое распространение инфекционных заболеваний.

ЗОЖ и первая медицинская помощь

1.Порядок действий при определении признаков клинической смерти:

- а) убедиться в отсутствии сознания, реакции зрачка на смерть, дыхания и пульса на сонной артерии;
- б) определить наличие отечности нижних и верхних конечностей, реагирование зрачков глаз на свет, отсутствие речи у пострадавшего;

в) убедиться в полной дыхательной активности, наличие у пострадавшего слуха, а также ушибов, травм головы или позвоночника;

2. При реанимационной помощи пострадавшему необходимо

а) положить пострадавшего на спину на мягкую поверхность, приступить к не прямому массажу сердца искусственной вентиляции легких;

б) приступить к не прямому массажу сердца и искусственной вентиляции легких;

в) положить пострадавшего на спину на жесткую поверхность и приступить к непрямому массажу сердца и искусственной вентиляции легких.

3. Ваши действия при непрямом массаже сердца:

а) положить пострадавшего на твердую ровную поверхность, встать на колени с левой стороны от пострадавшего параллельной его продольной оси, на область сердца положить сразу две ладони при пальцы рук должны быть разжаты, поочередно надавливать на грудину с начала правой, потом левой ладонью;

б) положить пострадавшего на кровать или на диван и встать от него с левой стороны, в точку проекции сердца на грудиने положить ладони, давить на грудину руками с полусогнутыми пальцами поочередно и ритмично через каждые 2-3 секунды;

в) положить пострадавшего на ровную твердую поверхность, стать на колени с левой стороны от пострадавшего параллельно его продольной оси; в точку проекции сердца на грудиने положить ладони, пальцы должны быть приподняты, большие пальцы смотреть в разные стороны, давить на грудь только прямыми руками используя массу тела, ладони не отрывать от грудины пострадавшего, каждое следующее движение производить после того, как грудная клетка вернется в исходное положение;

4. Артериальное кровотечение возникает:

а) при повреждении какой-либо артерии в результате глубокого ранения;

б) при поверхностном ранении в случае повреждения сосуда;

в) при глубоком ранении в случае повреждения любого из сосудов.

5. Если кровь изливается на поверхность тела, то такое кровотечение называется:

- а) открытым;
- б) наружным;
- в) поверхностным.

6. Максимальное время наложения жгута летом не более:

- а) 30 мин.;
- б) 60 мин.;
- в) 90 мин.;
- г) 120 мин.

7. Какую информацию необходимо указать в записке, прикрепляемой к кровоостанавливающему жгуту:

- а) Ф.И.О. пострадавшего;
- б) дату и время получения ранения;
- в) время наложения жгута (часы, минуты и секунды);
- г) дату и точное время (часы и минуты).

8. Признаками перелома являются:

- а) нарушение функций конечности, сильная боль при попытке движения ею, деформация и некоторая её укорочение, подвижность костей в необычном месте;
- б) тошнота и рвота, нарушение функции конечности её деформация и подвижность;
- в) временная потеря зрения и слуха, появление сильной боли при попытке движения конечностью.

9. При открытом переломе прежде всего необходимо:

- а) дать обезболивающее средство;
- б) провести иммобилизацию конечности в том положении, в котором она находится в момент повреждения;
- в) на рану в области перелома наложить стерильную повязку;
- г) остановить кровотечение.

10. Какова последовательность оказания первой помощи при ушибах:

- а) на место ушиба положить тёплую грелку, обеспечить покой пострадавшему и доставить его в медицинское учреждение;
- б) на место ушиба наложить холод, тугую повязку обеспечить покой пострадавшему, доставить в медицинское учреждение;
- в) на место ушиба нанести йодную сетку, обеспечить покой пострадавшему и доставить в медицинское учреждение.

11. При вывихе прежде всего необходимо:

- а) попытаться вправить сустав;
- б) доставить пострадавшего в медицинское учреждение;
- в) сделать тугую повязку;
- г) дать пострадавшему обезболивающее средство.

12. При ожоге необходимо:

- а) срезать ножницами одежду, на поврежденную поверхность на 5-10 мин. наложить холод, здоровую кожу вокруг ожога продезинфицировать, на обожжённую поверхность наложить стерильную повязку и направить в медицинское учреждение;
- б) срезать ножницами одежду, поврежденную поверхность смазать йодом, а затем маслом, наложить стерильную повязку и направить пострадавшего в медицинское учреждение;
- в) не срезая ножницами одежды залить обожженную поверхность маслом, наложить стерильную повязку и направить пострадавшего в медицинское учреждение.

13. При обморожении прежде всего необходимо:

- а) согреть отмороженный участок тела и пострадавшего в целом;
- б) дать пострадавшему горячий чай или кофе;
- в) дать пострадавшему одну таблетку аспирина или анальгина;
- г) на отмороженный участок тела наложить стерильную повязку.

14. Какова последовательность оказания первой помощи при обмороке:

- а) пострадавшего уложить на спину с несколько откинутой назад головой, расстегнуть воротник и дать доступ свежего воздуха, обрызгать лицо холодной водой и предать ногам возвышенное положение;
 - б) пострадавшего положить на живот, голову повернуть набок, расстегнуть воротник и дать доступ свежего воздуха, обрызгать лицо холодной водой и предать ногам возвышенное положение;
 - в) пострадавшего уложить на спину с несколько откинутой назад головой, расстегнуть воротник дать воздух свежего воздуха, обрызгать лицо холодной водой
- и опустить ноги ниже уровня туловища.

15. При оказании помощи пострадавшему от теплового или солнечного удара в первую очередь следует:

- а) дать ему обильное питьё;
- б) вызвать «скорую помощь»;
- в) перенести его в прохладное место.

16. Общие признаки острой кровопотери:

а) бледная кожа;	е) желтые кожа и склеры;
б) частый пульс	ж) сухость во рту;
в) холодный пот;	з) пузыри на кожи;
г) учащенное дыхание;	и) жажда;
д) нарастающая слабость	к) кожный зуд.

17. Способы временной остановки кровотечения:

- а) приподнятое положение конечностей;
- б) обработка краев раны спиртом;
- в) давящая повязка на область кровоточащей раны;
- г) тепло к ране;
- д) максимальное сгибание конечностей;
- е) пальцевое прижатие крупных сосудов к костям;
- ж) наложение жгута;
- з) холод к ране;

и) промывание раны струей воды.

18.Жгут накладывают:

- а) при капиллярном кровотечении;
- б) при артериальном кровотечении;
- в) при венозном кровотечении.

19.Мероприятия первой помощи при массивном наружном кровотечении:

- а) измерение температуры тела;
- б) круговое сдавление конечности;
- в) антропометрия;
- г) тщательный осмотр места происшествия;
- д) бережная транспортировка пострадавшего в ближайшее лечебное учреждение.

20.С чего необходимо начать оказывать первую медицинскую помощь?

(выберите правильные ответы и расположите их в порядке первостепенной значимости):

- а) повернуть пострадавшего набок
- б) поднести к носу ватку с нашатырным спиртом
- в) определить в сознании ли пострадавший
- г) положить пострадавшего на спину и подложить под ноги валик
- д) определить наличие дыхания
- е) проверить реакцию зрачков на свет и наличие пульса на самой артерии

21.Определяя наличие дыхания надо:(выберите все правильные ответы)

- а) посмотреть на грудную клетку пострадавшего, одновременно положив на нее руки, определяя ее движение
- б) измерить артериальное давление
- в) определить частоту пульса
- г) наклониться ухом ко рту и носу пострадавшего

22.Если пострадавший без сознания, и у него отсутствует дыхание, надо(выберите все правильные ответы):

- а) поднести к носу ватку с нашатырным спиртом
- б) восстановить проходимость дыхательных путей
- в) сделать искусственную вентиляцию легких
- г) придать пострадавшему устойчивое боковое положение

23.Если пульса на самой артерии нет, и реакции зрачков на свет нет, то нужно (выберите ответ):

- а) измерить артериальное давление
- б) положить холод на голову
- в) приступить к сердечно-легочной реанимации

24.Выберите правильный ответ: « Иммобилизация – это...»

- а) призыв в ряды Вооруженных сил
- б) создание неподвижности конечности
- в) обособление в специально оборудованное помещение

25.Выберите правильный ответ « Асфиксия – это ...»

- а) Состояние, возникающее в результате резкого недостатка кислорода и накопления углекислого газа в организме
- б) Хроническое воспалительное заболевание суставов
- в) Состояние, наступающее вследствие повышения артериального давления

26.Выберите правильный ответ « Отравление – это...»

- а) Нарушение здоровья, возникающие при взаимодействии организма с поступающими в него вредными (ядовитыми) веществами
- б) Повреждение тканей организма под влиянием холода
- в) Избыточное скопление жидкости в тканях и полостях организма

27.Выберите правильный ответ « Рана — это ...»

- а) механическое повреждения тканей с нарушением целостности кожи и слизистых оболочек
- б) повреждение связочно-суставного аппарата, связанное с их перерастяжением
- в) заболевание, обусловленное недостатком витамина Д в организме

28.Выберите правильный ответ: «Эпидемия – это...»

- а) сложный биологический процесс взаимодействия патогенных микробов с организмом человека
- б) это одномоментное распространение какого-либо инфекционного заболевания в отдельной местности или стране, захватывающее большое количество населения
- в) специфическая защитная реакция организма

29.Выберите правильный ответ : «Инфекция – это:

- а) внедрение и размножение микроорганизмов в макроорганизме
- б) наука, изучающая строение и физиологию микроорганизмов
- в) совокупность процессов в организме, обеспечивающих невосприимчивость к патогенным агентам

30.Выберите правильный ответ: « Иммуитет – это ...»

- а) совокупность процессов в организме, направленных на защиту его от чужеродных агентов
- б) процесс распространения инфекционных болезней в человеческом коллективе
- в) сложный биологический процесс взаимодействия патогенных микробов с организмом человека

31.Выберите правильный ответ: « Основные задачи профилактического направления медицины – это:

- а) санитарно-гигиеническое воспитание, формирование здорового образа жизни
- б) увеличение средней продолжительности жизни
- в) увеличение средней заработной платы

32.Выберите правильный ответ: « Профилактика заболеваний – это:

- а) мероприятия по эвакуации населения
- б) мероприятия по предотвращению заболевания
- в) переход острого заболевания в хроническое

33.Выберите правильный ответ : « гиподинамия – это ...

- а) Ограничение двигательной активности

- б) Пониженное артериальное давление
- в) Пониженный уровень давления жидкости

34.О недостатке в пище, какого витамина может идти речь, если у человека в детском возрасте наблюдается рахит (деформация костей), а в зрелом размягчение костей (остеомалация), ломкость костей (остеопороз)?

- а) Витамин Е
- б) Витамин D
- в) Витамин А
- г) Витамин С

35.О недостатке в пище, какого витамина может идти речь, если у человека возникает сыпь поражающая полость рта, анемия, спутанность сознания, тошнота, рвота?

- а) Витамин В1
- б) Витамин В6
- в) Витамин В2
- г) Витамин В12

36.О недостатке в пище, какого витамина может идти речь, если у человека возникает цинга?

- а) Витамин В1
- б) Витамин D
- в) Витамин А
- г) Витамин С

37.О недостатке в пище, какого витамина может идти речь, если у человека возникает анемия и атрофия мышц?

- а) Витамин В1
- б) Витамин Е
- в) Витамин А
- г) Витамин С

38.О недостатке в пище, какого витамина может идти речь, если у человека возникают язвы во рту и на языке, сухая кожа, анемия, депрессия?

- а) Витамин В1
- б) Витамин В6
- в) Витамин В2
- г) Витамин В12

39.О недостатке в пище, какого витамина может идти речь, если у человека возникает болезнь бери-бери – (поражение нервов, параличи, сердечная недостаточность)?

- а) Витамин В1
- б) Витамин В6
- в) Витамин В2
- г) Витамин В12

40.О недостатке в пище, какого витамина может идти речь, если у человека возникает нарушение свертывания крови?

- а) Витамин В1
- б) Витамин К
- в) Витамин Е

41.О недостатке в пище какого витамина может идти речь, если у человека возникает плохое сумеречное зрение, сухая кожа?

- а) Витамин В1
- б) Витамин D
- в) Витамин А
- г) Витамин С

42. Закаливание - это:

- а) процесс приспособления организма к изменяющимся условиям окружающей среды;
- б) процесс поддержания какого-либо свойства организма на постоянном уровне;

- в) воздействие на организм в целях повышения его возможности адаптироваться к неблагоприятному воздействию внешней среды;
- г) отдых, необходимый для восстановления сил после трудовой деятельности.

43. Систематическое закаливание рекомендуется начинать:

- а) с приема воздушных ванн;
- б) купания в холодной воде;
- в) продолжительного пребывания на открытом солнце;
- г) искусственного ультрафиолетового облучения.

44. Перечислите основные методы закаливания:

- а) воздухом;
- б) водой;
- в) солнцем.

45. Выберите из следующих определений понятие «здоровья», которое принято ВОЗ.

- а) Здоровье – это не просто отсутствие болезней, а состояние физического, психического и социального благополучия.
- б) Здоровье – это эпизод между двумя болезнями.
- в) Здоровье – это то, что не купишь и чем можно только расплачиваться
- г) Здоровье – это если вам за пятьдесят, и вы только что проснулись, и у вас ничего не болит, значит, вы уже умерли.
- д) Здоровье – это то, что люди больше всего стремятся сохранить и меньше сего берегут.
- е) Здоровье – это первое богатство.
- ж) Здоровье – это мудрых гонорар.
- з) Здоровье – это главное жизненное благо.

46. Наука, изучающая человека в процессе трудовой деятельности:

- а) экономика;
- б) психология;
- в) эргономика;

г) физиология.

47. Характеристика трудового процесса, отражающая преимущественно нагрузку на опорно-двигательный аппарат и функциональные системы организма, называется:

а) напряженностью труда;

б) тяжестью труда.

48. Опасный производственный фактор (ОПФ) - это:

а) производственный фактор, воздействие которого на человека приводит к травме или другому внезапному резкому ухудшению здоровья;

б) несчастный случай на производстве;

в) производственный фактор, воздействие которого на работающего приводит к заболеванию или снижению трудоспособности;

г) профессиональное заболевание.

49. Вредные производственные факторы (ВПФ) - это:

а) производственный фактор, воздействие которого на работающего приводит к заболеванию или снижению трудоспособности;

б) несчастный случай на производстве;

в) производственный фактор, воздействие которого на человека приводит к травме или другому внезапному резкому ухудшению здоровья;

г) профессиональное заболевание

50. Какой вид ионизирующего излучения имеет наибольшую проникающую способность:

а) альфа-излучение

б) бета-излучение

г) гамма-излучение

51. Совокупность факторов производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на здоровье и работоспособность человека в процессе труда, – это:

а) условия труда

б) производственный риск

г) вредные факторы

д) параметры рабочего места.

52. Состояние, сопровождающееся чувством усталости, вызванное интенсивной или длительной деятельностью, выражающееся в ухудшении количественных и качественных показателей работы и прекращающееся после отдыха, называется:

а) утомлением

б) переутомлением

в) профессиональным заболеванием

г) апатией.

53. Стойкое снижение работоспособности, которое в дальнейшем ведёт к развитию болезней, снижению сопротивляемости организма инфекционным заболеваниям, называют:

а) переутомлением

б) утомлением

в) профессиональным заболеванием

г) апатией.

54. К какому фактору относится шум:

а) и к опасному, и к вредному

б) только к опасному

в) только к вредному

г) к мешающему

55. К излучениям относятся (указать правильные ответы):

а) ультрафиолетовое;

б) электромагнитное;

в) лазерное;

г) шумовое;

д) вибрационное.

56. Вибрация по источнику возникновения подразделяется (указать неправильный ответ):

- а) транспортная;
- б) производственная;
- в) транспортно-технологическая;
- г) технологическая.

57. Что такое вибрация:

- 1) акустические колебания с частотой более 20 кГц;
- 2) электромагнитные волны с частотой от 16 Гц до 20 кГц;
- 3) механические колебания упругой среды с частотой 1 - 100 Гц;
- 4) механические колебания упругой среды с частотой менее 16 Гц;
- 5) электрические колебания с частотой от 30-125 Гц.

58. Какое состояние внешней среды называется комфортным:

- а) состояние внешней среды, обеспечивающее оптимальную динамику работоспособности, хорошее самочувствие и сохранение здоровья работающего человека;
- б) состояние внешней среды на рабочем месте, которое обеспечивает работоспособность и сохранение здоровья, но вызывает у человека неприятные субъективные ощущения и функциональные изменения, не выходящие за пределы нормы;
- в) состояние внешней среды на рабочем месте, которое приводит к снижению работоспособности человека и вызывает функциональные изменения, выходящие за пределы нормы, но не ведущие к патологическим нарушениям;
- г) состояние внешней среды на рабочем месте, которое приводит к возникновению в организме человека патологических изменений (или невозможности выполнения работы).
- д) все перечисленное.

59. Что понимают под микроклиматическими условиями:

- а) уровень шума;
- б) температуру рабочей зоны;
- в) относительную влажность;

г) освещение;

д) сочетание температуры, относительной влажности и скорости движения воздуха.

60. Каким опасным и вредным производственным факторам подвергается человек при работе с компьютером:

а) всем перечисленным;

б) воздействию электромагнитных полей (диапазон радиочастот - ВЧ, УВЧ, СВЧ);

в) воздействию инфракрасного и ионизирующего излучений,

г) шума и вибраций;

д) воздействию статического электричества.

Критерии оценивания результатов тестирования:

50% правильных ответов – «удовлетворительно»;

70% правильных ответов – «хорошо»;

более 75% правильных ответов – «отлично».

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Введение в теорию коммуникации

Тема: Предмет, цели и задачи курса «Основы теории коммуникации».

Задание 1: Дать определение следующим понятиям:

1. Источник (отправитель).
2. Получатель.
3. Сообщение.
4. Канал.
5. Обратная связь.
6. кодирование и декодирование.
7. Шум.

Задание 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

1. Определите объект и предмет теории коммуникации.
2. Дайте характеристику основных законов коммуникации.
3. Охарактеризуйте типы коммуникации, их признаки.
4. Что общего и различного содержится в понятиях коммуникация, общение, речевая деятельность?
5. В чем состоят особенности каждой из сторон общения — коммуникативной, интерактивной и перцептивной?
6. Какие общенаучные и частнонаучные методы используются при исследовании коммуникативных процессов?

Тема : Основные этапы развития теории коммуникации

Задание 1.

- 1) просмотр и анализ презентаций «Модели коммуникации»
- 2) дискуссия на тему семинара

Задание 2.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

1. Какие существуют основные теоретические направления изучения коммуникация? Дайте их характеристику.
2. Чем отличаются рационалистический и иррационалистический подходы к изучению коммуникации?
3. Какие существуют линейные и нелинейные модели коммуникации?

Тема: Методы исследования и анализа коммуникации

1. Понятие контент-анализа.
2. Контент-анализ в социально-политических исследованиях.
3. Основные процедуры контент-анализа.
4. Методы анализа бытового диалога.

5. Исследование информационного потока.
6. Методы дискурсивного анализа.
7. Анализ материалов СМИ

Тема: Коммуникативный процесс: составные части

1. Барьеры, обусловленные факторами среды.
2. Технические барьеры.
3. Психофизиологические барьеры.
4. Социокультурные барьеры.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

1. В чем состоит суть коммуникативного процесса? Какие основные элементы представлены в этом процессе?
2. Какие требования предъявляются к отправителю и получателю сообщения?
3. Каким образом происходит кодирование и декодирование информации в процессе коммуникации? Почему, на ваш взгляд, до сих пор не разгадана тайна Фестского диска?

Тема: Субъекты коммуникации

1. Какие навыки и умения формируются и развиваются при овладении компетенцией в письменной речи, т.е. в письме как виде речевой деятельности?
2. Какие навыки и умения необходимы для составления качественных конспектов?
3. Какие виды чтения необходимо развивать для более эффективного извлечения актуальной информации?
4. Каковы предпосылки более полного понимания текста?
5. Считаете ли вы свои письменноречевые умения достаточно развитыми? Как можно улучшить ситуацию?

Тема: Речь как знаковая система

1. Особенности речевого взаимодействия.
2. Формы коммуникации.
3. Стили коммуникации.
4. Речевое общение как способ коммуникации.
5. Формы вербальной коммуникации (диалог, монолог и др.).
6. Стили вербальной коммуникации.

Тема: Невербальная коммуникация

1. Перечислите главные компоненты структуры невербального поведения.
2. Каково соотношение понятий «вербальная коммуникация» и «невербальная коммуникация»?
3. Приведите примеры неосознанных произвольных невербальных реакций.
4. Что относится к паралингвистическим особенностям невербальной коммуникации?
5. На чем основан психологический «детектор лжи»?
6. Каковы внешние проявления эмоциональных состояний?

Тема: Семиотика

1. Семиотические аспекты коммуникации.
2. Концепции семиотики.
3. Знаковые системы, их специфику.
4. Знак, виды знаков и знаковые системы
5. Семантика, синтактика, прагматика.
6. Искусственные знаковые системы.
7. Презентации.

Тема: Формы речевой коммуникации

1. Формы коммуникации.
2. Максимумы коммуникации.
3. Специфики психофизиологических особенностей спора и убеждения.
4. Диалог
5. Монолог (выступления)
6. «Спор и убеждение»

Тема: Устноречевая и письменноречевая коммуникация

1. Устная речь. Специфика, виды.
2. Письмо. Виды, функции.
3. Коммуникация в интернет как синтетическая форма.
4. Синтез каких речевых умений необходим для обработки полученной информации и ее дальнейшего использования?
5. Умеете ли вы писать бытовые и деловые письма? Какие умения нужно развить, чтобы письма стали более интересными и функциональными?
6. Считаете ли вы рекламу необходимым элементом социальных и деловых коммуникаций? Почему?

7. Для чего любому человеку необходимы умения в создании рекламных текстов?

Тема: Межличностная коммуникация

- 1) Дайте определение понятию «межличностная коммуникация».
- 2) Наличие каких умений и навыков предполагает коммуникативная компетентность человека?
- 3) Что означает понятие «эффективная межличностная коммуникация»?
- 4) Перечислите аксиомы межличностной коммуникации.
- 5) Перечислите типы ситуаций межличностного взаимодействия, вызывающие стресс.
- 6) Каковы основные причины стрессовых социальных ситуаций?
- 7) Какие характеристики межличностного взаимодействия можно выявить и объяснить с помощью понятия «коммуникативный стиль»?
- 8) Что лежит в основе различия коммуникативных стилей поведения людей?
- 9) Какова особенность эмоциональных проявлений на социально-ролевом и интимно-личностном уровнях межличностного взаимодействия?

Тема: Массовая коммуникация

- 1) Дайте определение понятию «массовая коммуникация».
- 2) Назовите основные теоретические направления изучения массовой коммуникации.
- 3) Дайте определение понятию «массовая информация» и назовите характеристики массовой информации.
- 4) Охарактеризуйте структуру массовой коммуникации по Г. Лассуэллу.
- 5) Какие существуют основные условия функционирования процесса создания и преобразования массовой информации?
- 6) Какова роль коммуникаторов в создании массовой информации?
- 7) Кто и какими средствами осуществляет контроль за процессом создания массовой информации в СМК?
- 8) Определите механизм превращения социальной информации в массовую информацию.

Тема: Эффективность коммуникации

1. Проблемы эффективности в коммуникации.
2. Концепции эффективности.
3. Специфики психофизиологических и социокультурных барьеров социальной коммуникации

Тема: Публичная коммуникация

1. Особенности публичной коммуникации.
2. Профессиональные навыки оратора.
3. Риторические приемы.
4. Теория переговоров.
5. Виды деловой коммуникации, коммуникация как сотрудничество.
6. Коммуникация как конфликт.

Тема: Политическая коммуникация

1. Раскройте содержание понятия «политическая коммуникация».
2. Охарактеризуйте роль и значение Интернета как способа политической коммуникации.
3. Проанализируйте структуру электоральной политической коммуникации.
4. Дайте характеристику уровней информационных потоков в системе политической коммуникации.
5. Проанализируйте многоканальность и направленность электоральной коммуникации на примере региональных выборов.
6. Рассмотрите признаки избирательной кампании как разновидности коммуникационной кампании.

Тема: Межкультурная коммуникация

1. Дайте определение понятий «культура» и «межкультурная коммуникация». Охарактеризуйте многообразие подходов к определению понятия «культура».
2. Опишите, как и когда происходило становление межкультурной коммуникации как научной и учебной дисциплины.
3. Объясните, чем был вызван интерес ученых к проблеме межкультурной коммуникации.
4. Назовите основные субъекты межкультурной коммуникации.
5. Дайте характеристику основных уровней межкультурной коммуникации.
6. Определите содержание понятия «аккультурация». Какие факторы влияют на ее характер?

7. Каковы основные формы межкультурной коммуникации?
8. Определите, в чем состоят позитивные и негативные результаты взаимодействия культур.
9. Определите, в чем состоит специфика невербальных аспектов межкультурной коммуникации.
10. Каково значение пространственно-временных характеристик в межкультурном общении?
11. Что означают понятия «полихронная» и «монохронная» культура? С какой из этих культур вы идентифицируете себя?
12. Охарактеризуйте основные типы восприятия межкультурных различий.

Тест

1. Однонаправленная передача информации от организатора общения на получателя информации – это ... коммуникативная форма
 - а) монологическая
 - б) диалогическая
 - в) полилогическая
2. Нормативная функция коммуникации – это ...
 - а) процесс обмена информацией
 - б) взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения
 - в) процесс обмена духовными ценностями
 - г) процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
 - д) обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками
3. Реклама – это форма ... коммуникации
 - а) познавательной
 - б) убеждающей
 - в) экспрессивной
 - г) суггестивной
 - д) ритуальной
4. Коммуникация – это ...
 - а) специфический обмен информацией, в результате которого происходит процесс передачи информации интеллектуального и эмоционального содержания от отправителя к получателю
 - б) сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления
 - в) поиск, получение и потребление информации пользователем
5. Аксиологическая функция коммуникации – это ...
 - а) процесс обмена информацией
 - б) взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения
 - в) процесс обмена духовными ценностями
 - г) процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
 - д) обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками

6. Форма коммуникационной деятельности, для которой характерно заимствование образцов поведения, стилей общения, образа жизни одних членов общества другими

- а) общение
- б) управление
- в) подражание

7. Горизонтальная коммуникация – это коммуникация ...

- а) между людьми, стоящими на различных ступеньках социальной иерархии
- б) между лицами одинакового статуса или уровня в социальной иерархии
- в) которая реализуется посредством устных и письменных коммуникационных каналов между современниками
- г) которая реализуется посредством передачи информации духовного содержания от поколения к поколению

8. Синхроническая коммуникация – это коммуникация ...

- а) между людьми, стоящими на различных ступеньках социальной иерархии
- б) между лицами одинакового статуса или уровня в социальной иерархии
- в) которая реализуется посредством устных и письменных коммуникационных каналов между современниками
- г) которая реализуется посредством передачи информации духовного содержания от поколения к поколению

9. Функция социализации деловой коммуникации заключается в ...

- а) объединении деловых партнеров
- б) передаче конкретных способов деятельности
- в) регламентации поведения и деятельности
- г) развитии навыков культуры делового общения

10. Интерактивная функция коммуникации – это ...

- а) процесс обмена информацией
- б) взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения
- в) процесс обмена духовными ценностями
- г) процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
- д) обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками

11. Вид коммуникации, для которого характерно распространение информации и её влияние на общество посредством печати, телевидения, радио, кино и т.д.

- а) межличностная
- б) групповая
- в) массовая

12. Сообщение – это ...

- а) содержание информации и среда
- б) содержание информации и личность
- в) содержание информации, среда и личность
- г) личность
- д) содержание информации

13. Коммуникативная форма передачи информации, субъекты общения которой взаимодействуют и взаимно активны

- а) монологическая
- б) диалогическая
- в) полилогическая

14. Цель экспрессивной коммуникации

- а) расширить информационный фонд партнера, передать необходимую информацию, прокомментировать инновационные сведения
- б) вызвать у делового партнера определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки; убедить в правомерности стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником
- в) сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому действию
- г) оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения
- д) сохранять ритуальные традиции фирмы, предприятия, создавать новые

15. Интерактивная сторона межличностной коммуникации заключается в ...

- а) обмене информацией между партнерами по общению, передаче и приему мнений и чувств
- б) обмене действиями между взаимодействующими сторонами
- в) процессе восприятия и понимания людьми друг друга, формирование определенных межличностных отношений

16. Цель ритуальной коммуникации...

- а) расширить информационный фонд партнера, передать необходимую информацию, прокомментировать инновационные сведения
- б) вызвать у делового партнера определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки; убедить в правомерности стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником
- в) сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому действию
- г) оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения
- д) сохранять ритуальные традиции фирмы, предприятия, создавать новые

17. Вид коммуникации, для которого характерны процесс межличностного влияния, стимулирования группы, нацеливания её на выполнение задач

- а) межличностная
- б) групповая
- в) массовая

18. Функция социального контроля деловой коммуникации заключается в ...

- а) объединении деловых партнеров
- б) передаче конкретных способов деятельности
- в) регламентации поведения и деятельности
- г) развитии навыков культуры делового общения

19. Лозунги и призывы – это форма ... коммуникации

- а) познавательной
- б) убеждающей
- в) экспрессивной

д) ритуальной

а) расширить информационный фонд партнера, передать необходимую информацию, прокомментировать инновационные сведения

в) сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому действию

мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения

[illegible]

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Глобалистика»

Тема: Глобализация как основная тенденция общественного развития и предмет научного исследования.

1. Теоретические дискуссии по вопросам глобализации.
2. Мировая политика и мировая экономика в условиях глобализации
3. Этнополитические процессы в современном мире.
4. Глобализация и проблемы современной России.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тесты.

1. *Понятие глобализации предполагает (указать верный ответ);*
 - а) превращение мирового хозяйства в единый рынок товаров и услуг;
 - б) международное движение капитала;
 - в) международную миграцию рабочей силы;
 - г) все перечисленное выше.

Ответ: Г)

2. *Укажите международные экономические организации:*

- а) МВФ
- б) НАФТА
- в) АТЭС
- г) ВТО
- д) ЕС

Ответ: А; В; Г

3. *Основными тенденциями развития мировой экономики в настоящее время являются (выбрать верный ответ):*

- а) преобладание рыночных отношений;
- б) либерализация хозяйственной жизни стран;
- в) интернационализация производства в отдельных странах;

- г) усиление протекционизма в проведении внешнеэкономической политики государств;
- д) глобализация хозяйственной жизни;
- е) сворачивание мирохозяйственных связей.

Ответ: А; Б; В; Д.

Тема: Основные этапы становления глобалистики и их особенности.

1. Глобализация и глобалистика.
2. Противоречия глобализационных процессов.
3. Теоретическое осмысление глобализационных процессов.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тема: Глобальные проблемы современности.

1. Понятие глобальных проблем.
2. Истоки обострения глобальных проблем.
3. Основные глобальные процессы.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тема: Римский клуб и поиски решения глобальных проблем

1. История возникновения Римского клуба.
2. Состав Римского клуба.

3. Деятельность Римского клуба.
4. Основные цели Римского клуба.
5. Внешние пределы.
6. Внутренние пределы.
7. Культурное наследие человечества.
8. Мировое сообщество.
9. Среда обитания.
10. Производственная система.
11. Доклады Римскому клубу.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тема: Модели мира и современные военно-политические доктрины.

1. Либерализм.
2. Неолиберализм.
3. Консерватизм.
4. Неоконсерватизм.
5. Социалдемократия.
6. Социализм.
7. Неофашизм.
8. Радикальный ислам.
9. Радикальный каталитизм.
10. Различной направленности секты.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тема: Проблемы “Третьего мира”

1. Социально-экономические глобальные проблемы
2. Сущность и признаки глобальных проблем человечества
3. Проблема преодоления бедности и отсталости
4. Демографическая проблема
5. Социально-экономические аспекты продовольственной проблемы.
6. Понятие термина «Третий мир»
7. Текущий список наименее развитых стран
8. Возникновение и формирование проблемы внешней задолженности стран «Третьего мира»
9. Проблемы дестабилизации валютно-кредитных отношений

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тема: Ресурсы природы и проблемы глобальной политики.

1. Общая характеристика глобальных экологических проблем современности
2. Политические пути решения глобальных проблем современности.
3. Геополитика.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тема: Глобализация и альтернативные движения.

1. Глобализация и ее варианты.
2. Основные направления глобализации экономики и политики.
3. Влияние глобализации на социально-политические процессы Европы.
4. Антиглобализм в современной Европе.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

Тема: Глобализация и будущее цивилизации.

1. Демографо-экологические факторы.
2. Глобализация техносферы.
3. Экономическая глобализация.
4. Модели глобализации и перспективы локальных цивилизаций.
5. Судьба цивилизаций в глобализированном мире.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Природа экологического кризиса.

Современная экологическая ситуация.

Планетарный экологический баланс.

Концепции экологической безопасности.

Роль ООН и других международных организаций в организации сотрудничества по ликвидации или уменьшению последствий глобальных или региональных катастроф.

Реформа ООН.

Будущее человечества и пути решения глобальных проблем.

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине Жанры и формы PR-текстов**

1. Закрепление образа торговой марки в сознании потребителя или просто создание нужного имиджа товара, услуги, компании, человека, идеи – это...

- а) имиджевый копирайтинг
- б) SEO-копирайтинг
- в) рерайт
- г) спичрайтинг

2. Написание текстов с большим количеством ключевых слов, разновидность web-копирайтинга – это...

- а) рерайт
- б) SEO-копирайтинг
- в) спичрайтинг
- г) имиджевый копирайтинг

3. Пересказ своими словами информации источника; новость или статья, подготовленная на основе одной или нескольких статей, взятых с других ресурсов, - это...

- а) простой рерайтинг
- б) сложный рерайтинг
- в) рейтинг
- г) рерайтинг

4. Переработка одной статьи в другую (есть одна статья или новость – из нее требуется сделать вторую, в которой будет сказано все то же самое, но другими словами) - это...

- а) сложный рерайтинг
- б) рейтинг
- в) простой рерайтинг
- г) рерайтинг

5. Переработка нескольких источников; подготовка нового контента, уникальной статьи на основании несколько источников – это...

- а) сложный рерайтинг
- б) рейтинг
- в) простой рерайтинг
- г) рерайтинг

6. Изложение информации, взятой из открытых источников, чтобы получить из исходной статьи новый уникальный текст, адаптированный для поисковых систем – это...

- а) сложный рерайтинг
- б) рейтинг
- в) простой рерайтинг
- г) SEO-рерайт

7. Спичрайтинг – это...

- а) подготовка и написание текстов для устных выступлений перед аудиторией
- б) профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов. Таковыми можно считать все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют или популяризируют товар, компанию, услугу, человека или идею
- в) дисциплина, изучающая искусство речи, правила построения художественной речи, ораторское искусство, красноречие
- г) приведение доводов с намерением изменить убеждения другой стороны (аудитории)

8. Документ, составляемый рекламным агентством на основании брифа и проведенного самим агентством исследования, являющийся планом всей дальнейшей работы над рекламой – это...

- а) техническое задание
- б) творческая платформа
- в) медиаплан
- г) сценарный план

9. Исключите лишнее. Творческая платформа обычно включает следующие положения...

- а) описание продукта, целевой аудитории, основных конкурентов
- б) список основных преимуществ товара
- в) результаты, проведенных рекламным агентством маркетинговых исследований

г) перечень конкретных рекламных задач, что именно должно быть выделено, к каким чувствам потребителя следует адресовать рекламу

10. Что не относится к контролируемым организацией PR-текстам?

- а) байлайнер
- б) информационный релиз
- в) брошюра
- г) текст речей и выступлений

11. Что не относится к внутрикорпоративным видам письменной коммуникации?

- а) информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень
- б) брошюра
- в) медиа-план
- г) пресс-дайджест

12. Что не относится к источникам PR-текста?

- а) средства массовой коммуникации
- б) индивиды (политические, государственные и общественные деятели, руководители организаций, бизнес-лидеры, деятели искусств и персонажи шоу-бизнеса)
- в) социальные общности различных типов и уровней (социально-демографические, гендерные, социально-территориальные, этно-национальные, конфессиональные и др.)
- г) социальные организации (предприятия, организации, учреждения, фирмы и т.д.)

13. Исключите лишнее. PR-текст как средство коммуникации должен отвечать следующим критериям

- а) доступность
- б) конкретность
- в) стабильность
- г) удобство восприятия

14. Исключите лишнее. Структурно-семантическая классификация PR-текстов включает...

- а) аналитические жанры
- б) исследовательско-новостные жанры
- в) образно-новостные жанры
- г) оперативно-новостные жанры

15. Краткое и аргументированное изложение позиции организации по какому-либо вопросу - это...

- а) позиционное заявление (позишн пэйпер)

- б) заявление для СМИ
- в) пресс-релиз
- г) байлайнер

16. Бизнес-релиз ...

а) составляется для партнеров или специалистов одного с данной фирмой профиля, которые могут заинтересоваться содержащимся в релизе информационным материалом. В средства массовой информации такой релиз обычно не направляется

б) оставляется для потребителей, содержит информацию о товаре или услуге; распространяется либо прямой рассылкой по почте, либо размещается в местах продаж или оказания услуг

в) содержит информацию о финансовом положении фирмы и предназначен прежде всего для держателей акций данной фирмы. Но он также может представлять значительный интерес для партнеров и конкурентов, а иногда даже и для более широких финансовых или деловых кругов, и тогда им могут заинтересоваться и средства массовой информации, имеющие разделы, посвященные финансам

17. Проспект, который организация издает для рассылки и раздачи вместе с новогодними поздравлениями; цель подобного проспекта – еще раз напомнить о своем существовании, и поэтому обязательными атрибутами проспекта являются логотип и слоган фирмы, а также адрес и телефоны для будущих контактов

- а) проспект-инструкция
- б) проспект-календарь
- в) проспект-заказ
- г) проспект – визитная карточка организации

18. Письмо, цель написания которого сообщить, оповестить о каком-либо планируемом мероприятии, или о вновь принятых решениях, важных для адресата, или о предполагаемых действиях организации

- а) рекомендательное письмо
- б) информационное (новостное) письмо
- в) информирующее письмо
- г) сопроводительное письмо

19. Разница между тремя видами текстов (журналистским, рекламным и PR-текстом) заключается в...

- а) различиях типов информации
- б) способах доведения до целевой аудитории
- в) способах оплаты

20. Исключите лишнее. PR-текст как средство коммуникации должен отвечать следующим критериям:

- а) стабильность
- б) доступность
- в) конкретность
- г) удобство восприятия

21. Базисный, или основной, PR-текст – это...

- а) PR-тексты, написанные сотрудниками и (или) обработанные журналистами и доведенные до определенного сегмента общественности исключительно через СМИ
- б) исходящие от прямого базисного или технологического субъекта пр
- в) корпус PR-текстов, в полной мере соответствующих совокупности дифференциальных признаков PR-текста
- г) имеющие слабо выраженные признаки PR-текста (неполнота функций, неполнота выраженности признака публичности базисного субъекта PR или признака текста вообще).

22. Смежные PR-тексты – это...

- а) PR-тексты, написанные сотрудниками и (или) обработанные журналистами и доведенные до определенного сегмента общественности исключительно через СМИ
- б) не предназначенные для публикации в СМИ – проспект, брошюра, годовой отчет
- в) корпус PR-текстов, в полной мере соответствующих совокупности дифференциальных признаков PR-текста
- г) имеющие слабо выраженные признаки PR-текста (неполнота функций, неполнота выраженности признака публичности базисного субъекта PR или признака текста вообще).

23. Первичные PR-тексты - это...

- а) PR-тексты, написанные сотрудниками и (или) обработанные журналистами и доведенные до определенного сегмента общественности исключительно через СМИ
- б) корпус PR-текстов, в полной мере соответствующих совокупности дифференциальных признаков PR-текста
- в) исходящие от прямого базисного или технологического субъекта PR; они составляют ядро корпуса PR-текстов

24. Вторичные PR-тексты, или медиатексты - это...

- а) исходящие от прямого базисного или технологического субъекта PR; они составляют ядро корпуса PR-текстов
- б) PR-тексты, написанные сотрудниками и (или) обработанные журналистами и доведенные до определенного сегмента общественности исключительно через СМИ
- в) корпус PR-текстов, в полной мере соответствующих совокупности дифференциальных признаков PR-текста

25. Комбинированный PR-текст - это...

а) исходящие от прямого базисного или технологического субъекта PR; они составляют ядро корпуса PR-текстов

б) конкретный текст как определенная, отграниченная от других текстов данность, существующая в пространстве PR-коммуникаций как самостоятельная и самодостаточная

в) корпус PR-текстов, в полной мере соответствующих совокупности дифференциальных признаков PR-текста

г) макротекст, представляющий «набор» первичных простых текстов, объединенных общей тематикой (новостным поводом)

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине «История зарубежной литературы»**

**Раздел: Основные направления в зарубежной литературе рубежа
XIX-XX вв.**

Тест № 1

1. Какие направления в искусстве характерны для периода «конца века»?
 - a) сентиментализм
 - b) импрессионизм
 - c) натурализм
 - d) позитивизм
2. Соотнесите характерные черты и название литературного направления
 - A. ориентация на идеалистическую философию и мистицизм, использование ассоциативных возможностей слова; провозглашение ценности свободной интуиции творца-демиурга; главная цель – передача созерцаемых тайных смыслов
 - B. «космический пессимизм», обращение к вечным идеалам, разлад с современной действительностью, идея бегства в «идеальный мир»; утверждение самоценности отдельной человеческой личности
 - C. стремление к внешне точному, объективному и беспристрастному изображению действительности; предмет интереса писателя –быт, физиологические основы человеческой психики
 - D. утопическая мечта о рождении сверхискусства, способного преобразить мир; установка на обновление поэтического языка; отношение к слову как к конструктивному материалу
 - a) символизм
 - b) натурализм
 - c) футуризм
 - d) романтизм

A	B	C	D

3. Соотнесите название произведения и автора
 - A. «Гласные»
 - B. «Разгром»
 - C. «Пышка»
 - D. «Романсы без слов»
 - a) Верлен
 - b) Рембо
 - c) Золя
 - d) Мопассан

A	B	C	D

4. Автор произведения «Поэтическое искусство», с которым спорит Верлен в одноименном поэтическом манифесте символизма
 - a) Буало
 - b) Золя
 - c) Бодлер
 - d) Гюго
5. В творчестве Верлена соединились черты:
 - a) символизма и натурализма
 - b) классицизма и романтизма
 - c) символизма и импрессионизма
 - d) импрессионизма и натурализма
6. Свое представление о музыке как «высшем из искусств» символисты позаимствовали у:
 - a) классицистов
 - b) сентименталистов
 - c) реалистов
 - d) романтиков
7. Автором сборника «Цветы зла» является:
 - a) А. Рембо
 - b) С. Малларме
 - c) П. Верлен
 - d) Ш. Бодлер
8. Термин «физиологический человек» характерен для эстетики:
 - a) эстетизма
 - b) натурализма
 - c) импрессионизма
 - d) экспрессионизма
9. Автор поэтической антологии «Проклятые поэты»
 - a) П. Верлен
 - b) Ш. Бодлер
 - c) А. Рембо
 - d) Л. де Лиль
10. На фоне какой эпохи жизни Франции Золя исследует естественную и социальную историю Ругон-Маккаров?
 - a) Наполеоновских войн
 - b) Третьей Республики
 - c) Реставрации
 - d) Второй империи
11. На какое произведение Бальзака ориентируется Золя, приступая к написанию романного цикла «Ругон-Маккары»?
 - a) «Побочная семья»
 - b) «Человеческая комедия»
 - c) «Божественная комедия»
 - d) «Физиология брака»

12. Одной из своих основных задач в цикле «Ругон-Маккары» Золя делает анализ влияния на человеческое поведение:
- a) наследственности
 - b) рока
 - c) воспитания
 - d) семьи
13. Какой из романов завершает «социальную линию» «Ругон-Маккаров»?
- a) «Карьера Ругонов»
 - b) «Жерминаль»
 - c) «Западня»
 - d) «Разгром»
14. Кого из французских и русских писателей Мопассан называл своими учителями?
- a) Г. Флобера и И. Тургенева
 - b) Э. Золя и Л. Толстого
 - c) Э. Гонкура и И. Тургенева
 - d) Г. Флобера и А. Чехова
15. Роман «Разгром» посвящен событиям:
- a) ВФБР и эпохе Наполеона
 - b) Июльской революции 1830 г.
 - c) Первой мировой войны
 - d) Седанской катастрофы и Парижской Коммуны
16. Чей портрет описан в приведенном фрагменте?

Маленькая, вся кругленькая, заплывшая жиром, с пухлыми пальцами, перетянутыми в суставах наподобие связки коротеньких сосисок, с лоснящейся и натянутой кожей, с необъятной грудью, выдававшейся под платьем, она была еще аппетитна, и за нею немало увивались, до такой степени радовала взор ее свежесть. Лицо ее походило на румяное яблоко, на готовый распуститься бутон пиона; вверху выделялись два великолепных черных глаза, осененных длинными густыми ресницами, благодаря которым глаза казались еще темнее, а внизу — прелестный маленький влажный рот с мелкими блестящими зубками, созданный для поцелуя.

- a) Пышки
 - b) Рашель
 - c) г-жи Луазо
 - d) графини Юбер де Бревиль
17. Кто из главных героев романа «Разгром» является представителем наследственной линии Маккаров?
- a) Морис
 - b) Жан
 - c) Делагерш
 - d) Бурош
18. Какой эпизод в «зеркальном отражении» повторяется в новелле «Пышка» Мопассана?
- a) «обед» в дилижансе
 - b) вторжение пруссаков в Руан
 - c) разговор в дилижансе
 - d) встреча с прусским офицером
19. Как назывался сборник, в котором была напечатана новелла «Пышка»?

- a) «Озарения»
- b) «Сезон в аду»
- c) «Заведенье Телье»
- d) «Вечера в Медане»

20. Кто из русских писателей ставил автора романа «Жизнь» в один ряд с В. Гюго как автором романа «Отверженные»?

- a) Л. Толстой
- b) И. Тургенев
- c) И. Гончаров
- d) Ф. Достоевский

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Имиджелогия»

1. Впервые термин «имидж» был использован

1. в сфере политики;
2. в сфере моды;
3. в сфере экономики;
4. в юридической сфере.

2. «Инвертированный имидж» - это

1. любой положительный образ;
2. отрицательный имидж конкурента;
3. имидж бренда;
4. желаемый имидж.

3. В соответствии с функциональным подходом к типологии имиджей, имидж, свойственный представлению о нас со стороны:

1. текущий имидж;
2. зеркальный имидж;
3. желаемый имидж;
4. множественный имидж.

4. Как называется совокупность знаний взаимосвязи между внешними чертами человека и его характером?

1. физиогномика;
2. фейсбилдинг;
3. кинетика;
4. такесика.

5. Вербализация как инструмент, используемый при формировании имиджа – это

1. помещение объекта в благоприятную информационную среду;
2. переключение внимания на другой объект;
3. перевод текста с языка рационального на язык эмоциональный;
4. детализация и акцентирование информации в ходе выступлений.

6. Среди профессиональных функций имиджмейкера данного типа можно выделить снижение различных затруднений, барьеров, возникающих в процессе имиджирования путем создания комфортных условий взаимодействия с клиентом, повышения доверительности в отношениях с ним. Это

1. медиатор;
2. фасилитатор;
3. диагност;
4. аттрактор.

7. Среди профессиональных функций имиджмейкера данного типа можно выделить создание привлекательного образа имиджмейкера — специалиста — профессионала, повышение доверия к личности специалиста, убедительности даваемых рекомендаций и процесса имиджирования. Это

1. медиатор;
2. фасилитатор;
3. диагност;
4. аттрактор.

8. В рамках данного подхода по исследованию имиджа создание символов и использование их в процессе коммуникации является необходимой составляющей социального поведения. Это

1. социально-психологический подход;
2. маркетинговый подход;
3. управленческий подход;
4. интеракционистский подход.

9. Длина бренда – это

1. способность бренда поддерживать верность потребительской группы;
2. способность охватить максимально широкую потребительскую аудиторию, несмотря на возраст, пол, социальное положение и т.д.;
3. способность разнообразить брендовое предложение в различных категориях товаров;
4. степень доминирования бренда на рынке.

10. К какому из перечисленных типажей политиков можно отнести Б.Н. Ельцина?

1. «силовик»;
2. «человек власти»;
3. «гуманитарий»;
4. «борец».

11. «Двойка по поведению, зато силён шельмец в арифметике» (из политической листовки). Какой информационный метод используется?

1. превентивная пропаганда;
2. наименьшее зло;
3. использование ценностных слов;
4. отвлекающая пропаганда.

12. К какому из перечисленных типажей политиков можно отнести Григория Явлинского?

1. «силовик»;

2. «человек власти»;
3. «гуманитарий»;
4. «борец».

13. Имидж территории, нуждающийся не в изменении, а в усилении, подтверждении и распространении на возможно большее количество целевых групп потребителей

1. слабо выраженный имидж;
2. положительный имидж;
3. излишне традиционный имидж;
4. нейтральный имидж.

14. Среди подходов к теоретическому осмыслению процесса формирования имиджа страны/региона выделяют подход на основании принципа культурного детерминизма. Он предполагает

1. приоритетность культуры в жизни общества;
2. что культурная политика государства может способствовать формированию имиджа государства на основе соединения особенностей культур народов, живущих в нем;
3. разделение понятия обыденный и специализированный имидж государства/региона;
4. признавать важность культуры как источника социальной стабильности.

15. Содержание понятия имиджа организации включает в себя две составляющие.

1. познавательную и оценочную;
2. описательную и оценочную;
3. познавательную и бытийную;
4. описательную и бытийную.

16. Подчеркивание выигрышных характеристик в обращении к аудитории, распространение информации об организации – это

1. продвижение;
2. акцентуация;
3. идентификация;
4. презентация.

17. Эмпатичность – это

1. повышенная эмоциональность человека;
2. состояние повышенной тревожности;
3. умение действовать в стрессовых ситуациях;
4. способность к сопереживанию.

18. Люди данного типа подбирают каждую деталь гардероба со всей тщательностью, по пропорциям, сочетаемости, цветовой гамме. Одежда и весь облик в целом соответствует их собственному представлению о гармонии и элегантности.

1. эстетический тип;
2. рациональный тип;
3. стандартный тип;
4. эксклюзивный тип.

19. Для таких людей в одежде самое главное – добротность, функциональность и практичность. Они продумывают свой гардероб буквально до мелочей. Ничего лишнего нет, количество вещей невелико.

1. эстетический тип;
2. рациональный тип;
3. стандартный тип;
4. эксклюзивный тип.

20. Доминантность имиджа - это

1. способность имиджа в концентрированной форме нести и передавать свернутую информацию о наиболее существенных для данной аудитории качествах объекта;
2. способность имиджа в развёрнутой форме нести и передавать масштабную информацию о качествах объекта;
3. способность доминировать над другими субъектами;
4. одна из способностей к манипуляции посредством грамотного имиджа.

[illegible]

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Иностранный язык»

Раздел 1. Семья и семейные ценности.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Put these sentences into negative and interrogative forms.

1. My brother is a journalist. 2. Nick is a pupil. 3. They are students. 4. Kate's mother is a teacher. 5. I am a schoolgirl. 6. His father is a driver. 7. Our friends are journalists. 8. My mother is a housewife. 9. Her father is a doctor. 10. My father's friend is a manager.

2. Complete the sentences with the correct form of the verb *to be*.

- 1 Is there a washing machine in your kitchen?
- 2 There are some books in my bag.
- 3 Are there any towels outside, near the swimming pool?
- 4 There are any flowers in the living room.
- 5 There is a café opposite the post office.
- 6 No, there isn't a garden in our school.
- 7 There is some milk in the fridge.

3. Write the Present Simple (3-rd person singular) of the following verbs.

Leave

Match

Miss

Catch

Open

Go

Buy

Try

See

Do

Have

Be

Spend

Wish

Reach

4. Complete the text with the correct form of the verbs in the box.

like	come	earn	live	write
help	walk	have	work	be

Erica is 28 years old. She (1) _____ two children, Will and Eloise. She (2) _____ from Georgia, USA, but now she (3) _____ with her family in Durham, North Carolina. She (4) _____ in a hospital and (5) _____ \$100 a day. She (6) _____ working in the hospital – and she says: ‘I always want to (7) _____ people. I am never tired!’ In her free time she (8) _____ her dog, Horace, in the park. ‘I (9) _____ children’s books, too’, she adds. ‘It (10) _____ difficult, but my family help me!’

5. Translate these sentences using the Present Indefinite.

1. Моё хобби - катание на велосипеде.
2. Его папа бухгалтер. Он любит работать с деньгами.
3. -Который час? -Половина десятого.
4. Моя племянница работает 5 дней в неделю.
5. Наши друзья предпочитают оставаться дома по выходным.
6. Вы часто звоните родителям?
7. Я чищу зубы утром и вечером.
8. Моя бабушка любит вязать.
9. Моя сестра ложится спать в 10 часов вечера.

10. Летом мы часто отправляемся в походы.

6. Read the text and fill in the gaps with the suitable parts of the sentences.

One thousand years ago, in the desert of the Chako Canyon, New Mexico, USA, the Anasazi people built 1_____.

They used stone for the walls and wood for the floors, doors and roofs. They transported 2_____ almost 80 km away. How did they move the trees? We don't know.

In some buildings there are huge circular rooms, the biggest one is underground and it is 3_____. Why did the Anasazi build circular rooms? We don't know. Perhaps they 4_____ or for storing crops. We know 5_____. Why did they leave? Hunger? War? We really don't know.

A. about 26 meters wide

B. used them for religious ceremonies

C. the Anasazi people abandoned the Great Houses

D. more than 200,000 trees from forests

E. nine multi-storey buildings called Great Houses

1	2	3	4	5

Немецкий язык

1. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist. Übersetzen Sie die Sätze ins Russische.

1. Während ... Winterferien liefen die Studenten oft Schi und Schlittschuh.

a) der b) den c) die

2. Die Bilder ... sind schön.

a) mein Bruder b) meinen Bruder c) meines Bruders

3. Sie legte ihm ein Kissen unter ... Kopf.
a) der b) den c) dem
4. Sagen Sie bitte, wo der Bus Nummer 28...?
a) hält b) halt c) haltet
5. ... Unterricht gehe ich heute zu meinen Großeltern.
a) nach dem b) bei dem c) vom dem
6. ... wir ... Bus!
a) Fahren ... auf dem b) Fahren ... mit dem c) Fahrt ... mit dem
7. Ich möchte mit ... Krause sprechen.
a) dem Herrn b) des Herrn c) den Herrn
8. Zum Geburtstag hat man ... einen Ball geschenkt.
a) dem Jungen b) die Jungen c) der Junge
9. Ich habe ... dieses berühmten Sportlers vergessen.
a) der Name b) den Namen c) dem Namen
10. Unsere Mannschaft ... das Spiel.
a) gewinne b) gewannt c) gewann
11. Meine Tante kennt (er) gut.
a) er b) ihm c) ihn
12. Im Lesesaal bereiten sich die Studenten ... die Seminare vor.
a) auf b) von c) mit
13. Die Studenten arbeiten ... dem Thema "Grundfragen der Wirtschaft".
a) mit b) von c) an
14. Das Studium ... ihm sehr.
a) schwerfällt b) fällt... schwer c) fällt.. schwer
15. Was ... dein Freund gern?
a) isst b) esst c) esse
16. Warum ... du so lange?
a) schlafst b) schläfst c) schlafe
17. Ich ... den griechischen Salat und eine Pizza
a) nehme b) nimmst c) nimmt
18. Wir ... heute mit Klaus.
a) treffen euch b) treffen uns c) treffe mich
19. Mein Onkel ... früher in dieser Straße.
a) wohnte b) wohnt c) wohntet
20. Ich ... vor kurzem von seiner Krankheit.
a) erfährt b) erfuhre c) erfuhr
21. ... du im Sommer in Moskau?
a) war b) hattest c) warst
22. Vor der Prüfung ... mein Freund alles ...
a) wird ... wiederholen b) werdet ... wiederholen c) wird ... wiederholt
23. ... Wochenende gehe ich gewöhnlich ins Theater.
a) am b) in der c) zur
24. In zwei Wochen ... unsere Familie.
a) ziehen ...auf b) zieht ... ein c) zieht ... um
25. Ich lade meine Freunde zum Tennisspiel ...

- a) ein b) her c) auf
26. Bei der Übersetzung dieses Textes ... man das Wörterbuch benutzen.
a)) durft b) darfc) darft
27. Du ... zu früh ..., du hast noch Zeit.
a) bist...aufstanden b) ist ... aufgestanden c) bist... aufgestanden
28. Ich ... im Ausland noch nie
a) bist... gewesen b) bin ... geseinen c) bin .. gewesen
29. November ist ... Monat des Jahres.
a) der elf b) der elfste c) der elfte
30. In der Nacht am ... Dezember feiern alle Menschen der Welt das Neujahr.
a) einunddreißigen b) einunddreißigsten c) einunddreißigten

II. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text!

Mein Freund

Die Freundschaft nimmt einen besonderen Platz in unserem Leben ein. Es ist wichtig, einen treuen Freund zu haben. Man kann immer auf seine Hilfe rechnen, man kann ihm ein Geheimnis anvertrauen und bloß mit ihm zusammen die Zeit verbringen.

Ich stehe in guten Beziehungen zu vielen Menschen, aber ich möchte von meinem besten Freund erzählen. Er heißt Paul. Wir sind Altersgenossen. Paul ist 20 Jahre alt. Er ist Student. Er studiert Jura. Er ist im dritten Studienjahr.

Seine Familie besteht aus 4 Personen. Das sind die Eltern, sein Bruder und er.

Seine Mutter ist 38 Jahre alt. Sie ist Kinderärztin und arbeitet in einem Krankenhaus. Seine Mutter kann alles machen: sie kann stricken, nähen, gut kochen.

Sein Vater ist 40 Jahre alt. Er ist als Ingenieur in einem Betrieb tätig. In einem Werk arbeitet er über 20 Jahre.

Sein Bruder Peter ist 15 Jahre alt. Er geht noch zur Schule in die neunte Klasse. Er lernt gut. Das Lernen fällt ihm leicht. Sein Bruder treibt Sport gern. Er interessiert sich für Basketball.

Paul hat noch einen Familienangehörigen. Das ist ein Hund. Er wohnt bei Paul schon 6 Jahre und er liebt ihn sehr. Ich und Paul gehen oft mit dem Hund in den Wald spazieren.

Paul begeistert sich für Kunst, Literatur und Geschichte. Viel Zeit verbringen wir zusammen. Wir besuchen mit ihm Museen, Ausstellungen und Kinos. Das macht uns beiden großen Spaß. Wir besprechen Filme, Kunstwerke, Bücher. Wir vertragen uns mit Paul sehr gut. Wir streiten nicht. Und wenn zwischen uns manchmal ein Missverständnis entsteht, so bemühen wir uns, es zu beseitigen. Dafür achte ich ihn sehr. Ich glaube, dass wir Freunde für unser ganzes Leben bleiben.

Markieren Sie die Sätze, die richtig den Inhalt des Textes übergeben!

1. Ich habe eine beste Freundin.
2. Ich und Paul haben uns vor neun Jahren befreundet.
3. Peter steht im dritten Studienjahr.
4. Seine Mutter arbeitet als Krankenschwester.
5. Paul hat keine Geschwister.
6. Mein Freund treibt gern Sport.
7. Wir interessieren uns für Kunst.

Французский язык

I. Choisissez le pronom:

- a) je b) tu c) il d) nous e) vous f) ils (elles)
1. ... oublies toujours tout.
 2. ... achetons les billets.
 3. ... sortez ce soir ?
 4. ... lit seulement des romans.
 5. ... apprend à lire.
 6. ... vivez en Europe ?
 7. ... ai trois soeurs et un frère.
 8. ... viennent ici.

II. Choisissez la réponse :

- a) oui b) si c) non
1. Tu ne dînes pas chez tes parents ce soir ? ... , je dîne chez eux.
 2. Tu n' aimes pas le café ? ... , j'adore le café.
 3. Vous allez au cinéma ? ... , nous allons voir le dernier film de Georges Lucas.
 4. Guy a raté son train ? ... , il est arrivé trop tard.
 5. Ta soeur n'est pas malade ? ..., elle a une bronchite.
 6. Avez-vous soif ? ... , je n'ai pas soif.

7. Cyril, as-tu cherché tes clés dans ta chambre ? ..., je ne les ai pas clés dans ma chambre.

III. Choisissez le groupe du verbe:

a) I группа в) II группа с) III группа

1) dormir	4) aller	7) prier
2) accueillir	5) agir	8) grandir
3) craindre	6) croire	9) coudre

IV. Posez une question:

1. Le train démarre.

... démarre ?

a) qui ? b) qu'est-ce qui ? c) qui est-ce qui ?

2. Le 14 juillet, les drapeaux ornent les maisons.

... orne les maisons ?

a) qui ? b) qu'est-ce qui ? c) qu'est-ce que ?

3. Les spectateurs applaudissent les acteurs.

... applaudisse les acteurs ?

a) qu'est-ce qui ? b) qui est-ce que ? c) qui ?

4. Les enfants vont à l'école.

... va à l'école ?

a) qui est-ce que ? b) qui ? c) qu'est-ce qui ?

5. Les voyageurs sont arrivés les derniers.

... est arrivé le dernier ?

a) qui est-ce qui ? b) qu'est-ce qui ? c) qui est-ce que ?

VI. Lisez le texte et faites les devoirs.

Ma famille

Ma famille n'est pas grande: moi, ma femme et ma fille. Ma femme s'appelle Anne. Elle a trente et un an. Elle travaille comme professeur dans une université. Elle aime bien apprendre des langues étrangères. Anne parle anglais

et, en plus, elle apprend l'espagnol. Ma fille s'appelle Natalie. Natalie a sept ans. Elle me ressemble beaucoup. Ma fille aime dessiner et écouter la musique. Elle va à l'école et elle fait ses études très bien. J'aime beaucoup ma famille.

Vrai ou faux ?

1. Ma famille est grande.
2. Ma femme s'appelle Anne.
3. Elle aime bien apprendre des langues étrangères.
4. Ma fille s'appelle Anne.

Раздел 2. Здоровый образ жизни.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Complete the sentences with a verb from the box in the Past Simple. Make one of the verbs negative.

marry	earn	die	stay	come	be born	become	have	help	work
study	speak	stop	like						

My grandparents (1) _____ in Hungary in the 1920s. They (2) _____ to England in 1946, after the war. My grandfather worked in a factory in Birmingham and he (3) _____ English at night. My grandmother (4) _____ at home because she only (5) _____ Hungarian and so she couldn't get a job. Life was difficult because my grandfather (6) _____ much money in the factory. My grandparents (7) _____ three children, my mother and my two uncles. They (8) _____ their parents as much as they could. My grandparents (9) _____ work when they were sixty and they liked having a lot of free time together. Unfortunately, my grandfather (10) _____ in 1994, but my grandmother is still alive.

2. Complete the conversation. Circle the correct answer.

A Where (1) ____ last Saturday evening?

B I went to work.

A To work? Why?

B Because I (2) ____ the money.

A But you (3) ____ every Saturday last month, too. Why don't you have any money now?

B Because I (4) ____ all the money from last month.

A What (5) ____ with the money?

B A CD and video game.

A (6) ____ your sister the money that you (7) ____ for last week?

B No, (8) ____ . I (9) ____ , but there isn't a problem. She always has a lot of money. Anyway, what (10) ____ last Saturday evening?

AI (11) ____ out because I had no money!

1. a) do you go	b) did you go	c) go	d) did you
2. a) do need	b) did need	c) needs	d) needed
3. a) worked	b) didn't work	c) did work	d) work
4. a) did spend	b) spend	c) spend	d) spent
5. a) you bought	b) you buy	c) did you buy	d) do you buy
6. a) You did give	b) Did you give	c) You gave	d) You give
7. a) didn't ask	b) asked	c) asks	d) ask
8. a) I do	b) I did	c) I don't	d) I didn't
9. a) can't	b) could	c) couldn't	d) can
10. a) did you do	b) you didn't	c) do you do	d) you did
11. a) not go	b) didn't go	c) go	d) don't go

3. Write the verbs in the correct column and then write the Past Simple forms.

study meet give win buy visit speak become

stay leave start get enjoy stop do lose

REGULAR VERBS

IRREGULAR VERBS

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

4. Use *some, any, no* or their derivatives to complete the sentences.

1. Have you got _____ questions?
2. I came at three but there wasn't _____ at home.
3. Could you buy _____ apples, please?
4. I didn't know about it, she told me _____.
5. This song is very popular, you'll hear it on _____ corner.
6. _____ people enjoyed the film, others didn't like it at all.
7. I didn't understand _____.

5. Use *much, many, little, few, a little, a few* to complete the sentences.

1. Does your sister read _____? - Yes, she does.
2. How _____ books did you read?
3. I have _____ money, so we can go to the cinema.
4. I have _____ money, so we cannot go to the cinema.
5. There are very _____ old houses left in our street. Most of them have already been pulled down.
6. We have too _____ textbooks, we can't work at the lesson.
7. This girl works very _____, that's why she's the best worker of the company.

6. Read the text. Are the statements true (T) or false (F)?

MEALS IN BRITAIN

A typical full English breakfast is a very big meal - sausages, bacon, eggs, tomatoes, mushrooms and of course toast. But nowadays many people don't have time to eat all this and just have toast, or sometimes fruit and yoghurt. The typical breakfast drink is tea, which people have with cold milk. Some people have coffee made with just hot water. Many visitors to Britain think this coffee is horrible!

For many people lunch is a quick meal. In cities there are a lot of sandwich bars, where office workers can choose the kind of bread they want, either brown or white, and then all sorts of salad and meat or fish to go in the sandwich. Pubs often serve good, cheap food, both hot and cold. School-children can have a hot meal at school, but many just take a snack from home - a sandwich, a drink, some fruit, and perhaps some crisps.

People eat their evening meal quite early, often at about six o'clock. A typical dinner is meat and vegetables, especially on Sundays, when all the family eat together.

- 1 Many British people don't eat a full English breakfast. ____
- 2 Many British people choose toast for breakfast. ____
- 3 The typical drink with breakfast is coffee. ____
- 4 Many visitors to Britain love British coffee. ____
- 5 A lot of British people have a sandwich for lunch. ____
- 6 Many offices in cities have sandwich bars. ____
- 7 People can buy hot and cold food in a British pub. ____
- 8 Schoolchildren have a hot lunch at home. ____
- 9 British people usually have lunch at six o'clock. ____
- 10 People in Britain often eat meat on Sundays. ____

7. Complete the conversation in a café.

- Hello, (1) _____ to order?
- Yes, (2) _____ a tuna and egg salad,
(3) _____?
- (4) _____. What (5) _____ to drink?

- A mineral water, please.
- Still or (6)_____?
- Anything(7)_____?
- An apple pie, please. And can I have (8)_____, please?
- Of course. Oh, sorry, we don't accept credit cards, only (9)_____.

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist. Übersetzen Sie die Sätze ins Russische.

1. Der Vorname meiner Studienfreundin ... Elena.
 - a) bin; b) bist; c) ist; d) seid
2. Meine Schwester ...gern.
 - a) studiert; b) studieren; c) studiere; d) studierst
3. Wir ... Studenten der Moskauer Universität.
 - a) sind; b) ist; c) sein; d) seid
4. Unser Freund ... schon gut Englisch.
 - a) sprechen; b) spricht; c) sprichst; d) spreche
5. Heute ... wir eine interessante Vorlesung.
 - a) hat; b) habe; c) haben; d) hast
6. Der Unterricht an der Universität ... um 8 Uhr morgens.
 - a) beginnen; b) beginnt; c) beginne; d) beginnst
7. Sein älterer Bruder studiert ... der Fakultät für Geschichte.
 - a) in; b) auf; c) an; d) um
8. Ich ... gewöhnlich in die Universität ...
 - a) zu Fuß ... gehen; b) zu Fuß ... gehe; c) geht ... zu Fuß; d) gehe ... zu Fuß
9. Der Gruppenälteste ... mir mein Studienbuch.
 - a) gebe; b) gibt; c) gibst; d) geben
10. Er bringt ... und ... immer mit.

- a) seine Lehrbücher ... Hefte; b) ihre Lehrbücher ... und Hefte; c) seinen Lehrbuch ... Heft; d) ihr Lehrbuch ... Heft

11. Unsere Eltern ... Ingenieure ...

- a) von Beruf ... sein; b) bin ... von Beruf; c) sind ... von Beruf; d) von Beruf ... ist

12. Einen Satz aus dem Text ... er falsch.

- a) verstehe; b) verstehen; c) versteht; d) verstehst

13. Diese Studentin ... den deutschen Text ohne Wörterbuch.

- a) übersetzen; b) übersetzt; c) übersetze; d) übersetzt

14. Auf dem Tisch liegt ein Wörterbuch. ... ist aus der Bibliothek.

- a) es; b) ihr; c) sie; d) er

15. Die Studenten verlassen ... Übungsraum um 13 Uhr.

- a) der; b) den; c) die; d) das

16. Morgen haben wir ... Seminar in Philosophie.

- a) nicht; b) kein; c) nein; d) doch

17. Die Versammlung beginnt um 7 Uhr abends. ... dauert 3 Stunden

- a) er; b) es; c) sie; d) ihr

18. Heute erklärt der Lektor ein neues Thema

- a) doch; b) nein; c) kein; d) nicht

19. Die Studentin ... Beispiele und ... alle Fragen des Lektors deutsch.

- a) bildet, beantwortet; b) bilden, beantworten; c) bildete, beantwortete;
d) bilde, beantworte

20. Sie hilft ... Studienkollegen in Deutsch.

- a) die; b) der; c) den; d) das

21. Du hast kein Lehrbuch mit. Ich gebe dir ... Lehrbuch.

- a) mein; b) dein; c) ihr; d) euer

22. Ich kenne ihn schon lange, ... ist aus Berlin.

- a) wir; b) er; c) sie; d) es

23. Dort steht meine Schwester; ich sehe ... gut.

- a) ihr; b) sie; c) ihn; d) es

24. Diese Studentin ... den deutschen Text fehlerfrei und ausdrucksvoll.

- a) lese; b) lesen; c) liest; d) lest

25. Der Bus ... durch die Gorkistraße.

a) fährt; b) fährt; c) fährst; d) fahre

26. Studentin Belowa schreibt das Wort falsch. Erklären Sie ... bitte den Fehler!

a) ihr; b) sie; c) ihn; d) ihm

27. Nach dem Unterricht geht er oft in ... Mensa.

a) der; b) die; c) das; d) den

28. Mein Bruder ... einen Artikel und ... einige Zitate in sein Heft ab.

a) lese, schreibe; b) lesen, schreiben; c) liest, schreibt; d) lest, schreibt

29. Unsere Studienfreundin ist krank; wir besuchen ... morgen.

a) ihr; b) sie; c) ihm; d) ihn

30. Er besucht ... Eltern jede Woche.

a) mein; b) seine; c) dein; d) eure

II. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text! Eine Studentin aus Deutschland schreibt über Ihr Studentenwohnheim.

„Ich wohne seit fast einem Jahr im Studentenwohnheim in der Albert-Einstein-Straße und bin mehr als happy! Besser könnte ich es mir nicht vorstellen. Die Wohngegend ist sehr ruhig und von viel Grün umgeben. Die Lage ist perfekt. Ich schätze besonders die Nähe zur Uni. Ich habe nur 5 Gehminuten, zwei Minuten zur Mensa, vier zur Bibliothek und sechs bis zu meinem Fachbereich. Besser geht's einfach nicht!

Das Wohnheim selbst hat schöne helle Räume und gut ausgestattete Küchen. Jede Wohneinheit verfügt über Zweimann- und Dreimannzimmer, ein Bad mit Waschbecken, eine Dusche und eine Toilette. Die Zimmer sind sehr hell und lassen sich superleicht gemütlich einrichten. Auch die Sorge, dass es ziemlich laut sein müsste bei den vielen Studenten, wurde mir ziemlich schnell genommen. Bis jetzt musste ich mich noch nie beschweren, es ist wirklich ruhig.

Ich teile mir ein Zimmer mit einem Mädchen aus Türkei. Unser Zimmer ist vor kurzem renoviert und teilmöbliert. Es gibt ein Doppelstockbett, 2 Schreibtische mit Stühlen, 2 Kleiderschränke und einige Regale.

Wir haben auf jeder Etage eine große gemeinsam benutzte Küche mit den Herdplatten, einer Spüle und Kühlschränken. Fast immer ist jemand in der Küche und man kann mit den Nachbarn reden, wenn man etwas auf der Seele hat! In der Küche sitzen wir, kochen, albern, feiern wir ... Man lernt immer wieder neue Menschen kennen.

Den Studenten stehen Musikraum, Partykeller, Sportraum, Waschraum mit Wasch- und Trockenautomaten, Computerraum mit 8 Arbeitsplätzen zur Verfügung. Jedes Zimmer verfügt über Anschlüsse für Kabelfernsehen und Internet.

Die Zimmer sind sauber. Die Reinigung der Gemeinschaftsflächen findet von der Putzfrau einmal wöchentlich statt. So gut habe ich es mir nicht vorgestellt und meine anfängliche Freude wurde bisher noch nicht enttäuscht.

Wäre ich nochmal in der Situation sein, würde ich mich immer wieder für Wohnheim“.

Markieren Sie die Sätze, die richtig den Inhalt des Textes übergeben!

1. Die deutsche Studentin wohnt im Studentenwohnheim und ist sehr glücklich.
2. Das Studentenwohnheim liegt weit von der Uni.
3. Sie wohnt in der vierten Etage und hat einen schönen Ausblick über die Stadt.
4. Im Erdgeschoss ist ein Café und dort kann sie nachmittags Kuchen essen und Kaffee trinken.
5. Ihre Nachbarin kommt aus Türkei.
6. In ihr Zimmer stehen nicht so viele Möbel, nur ein Bett, ein Sofa, ein Schreibtisch und ein kleiner Esstisch mit einem Stuhl.

Французский язык

I. Ajoutez les terminaisons:

a) – s b) – aux c) – d) – x

1) des table...	4) des bal...	7) des festival...
2) des anim...	5) des fils...	8) des bijou...
3) des nez	6) des chou...	9) des détail...

II. Qui a donné cette annonce:

a) homme b) femme c) on ne sait pas

1. Je suis jeune, célibataire, sensible. J'ai 25 ans. Je suis brune.
2. Jeune secrétaire débutant cherche du travail.
3. Fonctionnaire international, s'intéressant à l'art, ouverte cherche un compagnon tendre.

III. Choisissez une réponse.

1. Françoise Sagan est ____ écrivain célèbre.
a) un
b) une
c) -

2. Ma copine a été élue \" ____ flûtiste de l'année \" deux années de suite.

- a) meilleur
- b) meilleure
- c) meillère

3. Madame Leblois est ____ à la faculté des lettres.

- a) professeur
- b) professeure
- c) professoressa

4. J'écris une lettre à mon ____ espagnole.

- a) ami
- b) amie
- c) amis

5. Naomi était ____ très choyée et très gâtée.

- a) un enfant
- b) une enfant
- c) une enfante

6. Il est allé en province rendre visite à ____ éloignée.

- a) une parente
- b) un parent
- c) une parent

7. La ____ du dessous était très irritable, elle nous grondait après le moindre bruit.

- a) voisine
- b) voisin
- c) voisinesse

8. La page ____ est une page web vers laquelle ne pointe aucun lien depuis un autre site.

- a) orphelin
- b) orphelinne
- c) orpheline

9. Dans la savane africaine, il a pris en photo une (lion) et ses petits.

- a) lionne
- b) lionne
- c) lion

IV. Employez la forme qui convient:

1. Les députés discutent sur l'économie (européen).

- a) européenne b) européenne c) européenne

2. Il aime sa petite-fille qui est (plein) de vie, (doux) et (gentil).

- a) pleine; douce ; gentille b) pleine; douce ; gentile
- c) pleine; douce ; gentile

3. Vous m'avez posé une question (indiscret).

a) indiscrete b) indiscreta c) indiscret

4. La Maison (Blanc) est la résidence officielle et le lieu de travail principal du Président des Etats-Unis.

a) Blanche b) Blanque c) Blanche

5. Famille (dynamique) et (actif) cherche une garde d'enfant.

a) dynamique; actif b) dynamique; active c) dynamique; active

6. Il avait une (gros) somme d'argent dans une banque.

a) grosse b) grosse c) gros

7. Elle porte une jupe (long).

a) longue b) long c) long

V. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

Les deux principaux repas

Selon les circonstances et les appétits, le déjeuner et le dîner sont plus ou moins rapides. La solution la plus simple est de se limiter à un seul plat (un bifteck avec des entrées (froides ou chaudes) ou, au dîner, avec un potage (soupe), suivi d'un ou deux plats principaux, puis les fromages, le dessert, le vin et le café!

On les utilise en entrée: salade (laitue, chicorée, tomate, etc), accompagnée d'une sauce (huile+vinaigre); légumes crus: radis, carotte, chou, céleri râpé, etc. ou légumes cuits: artichauts, asperges,; tarte aux poireaux, à l'oignon...

Les fruits sont utilisés en entrée. Les quatre viandes (boeuf, veau, mouton, porc) constituent souvent le plat principal avec des accompagnements variés (pommes de terre, légumes verts (haricots, petits pois), secs (lentilles, haricots).

La grande diversité des fromages aux goûts bien marqués fait la réputation de bon nombre de régions ou de villages. Les Français restent de grands consommateurs de pain, même s'ils en mangent trois fois moins qu'au siècle dernier. Chaque région possède sa façon traditionnelle de le présenter: bâtard dans le Nord, baguette en région parisienne, fougasse dans le Sud.

Vrai ou faux ?

1. Les fruits sont utilisés en entrée.

2. La France est célèbre par son pain.

3. Les légumes utilisent en entrée.

4. Les français commencent leur repas plus organisé.

Раздел 3. Мир спорта.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Write the Past Simple and past participle of the following verbs.

Make	Sell
Eat	Act
Try	Travel
Break	Cost
See	Buy
Drink	Learn
Have	Tell
Read	Speak
Write	Spend
Know	Meet

2. Complete the sentences with the correct form of the verb in brackets: the Present Perfect or Past Simple.

1. Philip Pullman _____ (write) a lot of books. He _____ (write) his first in 1972.
2. _____ you ever _____ (try) Malaysian food?
3. I _____ never _____ (be) to London.
4. When _____ you _____ (break) your leg?
5. I _____ (live) in London for eight years and I don't want to move.
6. We _____ (meet) Charlotte and Dave three years ago. How long _____ you _____ (know) them?

3. Complete the text with the correct form of the verbs in brackets. The Present Simple, the Past Simple, the Present Perfect.

Carla Brown has a job in advertising. It's a good job, and she _____ (earn) over \$ 30.000 a year. She _____ (study) marketing at college, and then _____ (found) a job with a small advertising agency in Manchester. Since then she _____ (change) her job several times. Now she _____ (work) for Jerome and Jerome, which is a big company with offices all over the world. She _____ (be) with the company for three years. The company has clients in America, and she _____ (be) there several times on business. Last year she _____ (spend) six months there.

4. Match the following synonyms:

1. Mountain	a. a number of
2. Leapt	b. small
3. Chutes	c. very happy
4. Glided	d. jumped
5. Tiny	e. excitement
6. over the moon	f. floated
7. Stunning	g. peak
8. Several	h. good
9. Favourable	i. parachutes
10. Thrill	j. amazing

5. Translate the following sentences from Russian into English using *worth*.

1. Я думаю это того стоило.
2. Он стоит каждый затраченный пенни.
3. Проблем больше, чем того стоило.
4. Я решил, что стоит попробовать.
5. Реальная стоимость билетов была £120.
6. Не стоит рисковать.

6. Read the text and translate the words in bold from Russian into English.

A top designer for one of the world's most popular computer games has said that video games should be an Olympics sport. Rob Pardo, who was **главный**

креативный дизайнер for the World of Warcraft game, told the BBC his game and other video games should be part of the Olympic Games. He said the **соревнование** needed to become more modern and up-to-date. He added that millions of people around the world love playing and *watching* **конкурентные игры**, which is also known as e-sports. Mr. Pardo said: "I think the way that you look at e-sports is that it's a very **конкурентоспособный набор навыков**.... You look at these professional gamers and the reflexes are lightning quick.... and they're having to make very quick decisions **слёту**."

Pardo told the BBC that it would be difficult **включить** e-sports _____ the Olympics. He said many people do not even see it as a real sport. He argues it is proper sport because it takes a lot of **физические усилия** and skill and is very exciting to watch. He believes it is a better and more popular sport than many of those already in the Olympics. Pardo said many people did not want gaming to become an Olympic sport because it **основывается на** technology and not athleticism. The PC Magazine website **предлагает** there should be a separate international competition just for e-sports, that could follow a format like the Olympics. This would make gaming the star of the show rather than just another event among many in the Olympics

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist.

1. Meine Schwester ... in einer anderen Stadt.

a) wohne; b) wohnt; c) wohnen; d) wohnst

2. Herr Schulz ... das Haus um 8 Uhr.

a) verlasst; b) verlassen; c) verlässt; c) verlasset

3. Mein Onkel ... morgen früh aufstehen.

a) müsset; b) müsst; c) musst; d) muss

4. Das Kind ... nicht das Wort richtig aussprechen.

a) könnte; b) kannt; c) kann; d) kannst

5. Die Bibliothekarin zeigt den Studenten ... Lesesaal.

a) das; b) den; c) der; d) dem

6. Die Großmutter liest ... Kind ein Märchen vor.

a) dem; b) das; c) den; d) der

7. Der Junge beschäftigt ... mit seinem Computer.
a) sich; b) dich; c) uns; d) euch
8. Ich putze ... die Zähne zweimal am Tag.
a) mich; b) sich; c) mir; d) dir
9. Die Familie ... die Wochenende im Grünen.
a) verbringe; b) verbringen; c) verbringt; d) verbringet
10. Sie ... in ihrem neuen Anzug elegant
a) sehen aus; b) sieht aus; c) aussieht; d) siehst aus
11. Nach dem Essen muss man das Geschirr
a) abspülen; b) spülen ab; c) spült ab; d) abspült
12. Walter ist krank. Er ... mit den Kindern nicht spielen.
a) dürfte; b) dürfen; c) darf; d) darft
13. Ich ... dich heute nicht anrufen.
a) könne; b) kann; c) können; d) kannst
14. Bei Rot ... wir nicht über die Straße gehen.
a) dürfen; b) darf; c) darfst; d) dürft
15. Ich bekomme fast jede Woche einen Brief von ... Eltern.
a) mein; b) meine; c) meinen; d) meinem
16. Die Großeltern ... oft auf der Terrasse.
a) sitzen; b) sitzt; c) sitze; d) sitztet
17. Die Mutter ... ein Stück Fleisch auf meinen Teller.
a) legen; b) leget; c) legt; d) lege
18. Karl ... Teller und Tassen in den Schrank.
a) stellet; b) stellen; c) stellt; d) stellst
19. Der Zug ... um 13 Uhr in Berlin
a) abfährt; b) fährt ab; c) fahren ab; d) fahrt ab
20. Der Vater ... mit seiner Tochter Deutsch.
a) spricht; b) spricht; c) sprechen; d) sprichst

21. Das ist das Auto ... Vaters.
a) sein; b) seines; c) seinem; d) seinen
22. Er ... morgens mit kaltem Wasser.
a) sich waschen; b) sich wäscht; c) wäscht sich; d) wäscht dich
23. Mein Freund studiert ... der medizinischen Universität.
a) auf; b) in; c) an; d) im
24. Diese schönen Blumen sind für
a) du; b) dir; c) dich; d) dein
25. Der Briefträger bringt einen Brief für ... Bruder.
a) mein; b) meine; c) meinen; d) meinem
26. Die ganze Familie setzt sich an ... Tisch.
a) der; b) den; c) die; d) das
27. Das Klavier steht neben ... Tür im Wohnzimmer.
a) das; b) die; c) der; d) dem
28. Die unbekannten Wörter suchen die Studenten ... Wörterbuch.
a) im; b) ins; c) in; d) in den
29. Diese Doppelstunde beginnt ... 8 Uhr.
a) in; b) an; c) um; d) auf
30. Wir wohnen gleich in der Nähe
a) die Universität; b) der Universität; c) des Universität; d) dem Universität

II. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text!

Esstraditionen

Nur noch wenige Familien essen regelmäßig gemeinsam. Gegessen und gekocht wird, was Spaß macht. Die Deutschen haben sich von ihren Küchentraditionen verabschiedet. Angeblich ist das Mittagessen die Hauptmahlzeit. Aber nur noch unter Rentnern gibt es eine Mehrheit, die mittags „richtig“ und abends „nur eine Kleinigkeit“ essen. Wer sonst kann sich Zeit für ein entspanntes Mittagessen

nehmen? Oder gar dafür, es sorgfältig zu planen, einzukaufen und selbst zuzubereiten?

Deshalb verschwindet auch langsam das typische Abendbrot: „Nur kalt am Abend“, hieß einmal das Motto: Käse, Wurst und Brot, mit viel Butter drauf. Und ein, zwei Bier dazu. Das Abendbrot eben, das so typisch war für die deutschen Essgewohnheiten wie die Kaffee-Kuchen-Pause am Nachmittag. Das war einmal. Jugendliche und Familien mit Kindern essen abends öfter warm als kalt. Und bereits jedes zweite junge Paar ohne Kinder betrachtet das Abendessen als die wichtigste Mahlzeit.

Es stimmt auch nicht, dass die Leute entweder nur teuer einkaufen und kochen oder nur billig. Viele Konsumenten spielen mit Preisen und Qualität: Sie kaufen auf dem Markt italienischen Schinken und teuren französischen Käse, und auf dem Heimweg nehmen sie im Supermarkt Dosentomaten und Nudeln mit. Heute gibt es eine Tiefkühlpizza aus der Mikrowelle und morgen einen Lambraten vom Bio-Metzger.

Die deutsche Gesellschaft verändert sich schnell. Sie wird bunter und vielfältiger, auch in der Art, wie sie sich ernährt. Das geht schneller als viele glauben. Was jeder im Alltag beobachten kann, haben inzwischen auch die Statistiken bewiesen.

Da ist zum Beispiel das Frühstück: Noch immer sagen 73 Prozent der Deutschen, die erste Mahlzeit des Tages ist für sie „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Tatsächlich essen sie morgens unregelmäßig, schnell und wenig. Fast die Hälfte aller Deutschen frühstückt während der Woche überhaupt nicht zu Hause. So verkaufen die Hersteller von Cornflakes, Marmelade und Wurst immer weniger von ihren Produkten. Und Lehrerinnen, die schon länger unterrichten, klagen, dass so viele Kinder wie noch nie hungrig zur Schule kommen, oft sogar ohne Pausenbrot.

1. Markieren Sie die Sätze, die richtig den Inhalt des Textes übergeben!

1. Das typische deutsche Abendbrot hat sich nicht verändert.
2. Das Frühstück ist die Hauptmahlzeit.
3. Viele Kinder kommen hungrig zur Schule, oft sogar ohne Pausenbrot.
4. Die Rentner essen morgens unregelmäßig, schnell und wenig.
5. Fast die Hälfte aller Deutschen frühstückt während der Woche nicht zu Hause.

Французский язык

1. Choisissez une préposition:

- a) à b) sur c) dans

1. Mon copain demeure ... un grand immeuble.
2. ... quel étage habitez-vous ?
3. Le vide-ordure est ... le palier.
4. ... l'escalier, il faisait noir.
5. Nous avons emménagé ... un nouvel appartement.
6. Nous nous baignons ... la rivière.

II. Employez un article contracté:

a) au b) aux c) du d) des

1. Je parlerai ... professeur de mon fils.
2. Nous irons ... musée.
3. Lis cet article ... étudiants de ton groupe.
4. Vous habitez près du métro.
5. Je demande ... clients leurs adresses.
6. Hélène corrige les dictées ... élèves.
7. Nous allons ... cinéma.

III. Employez une préposition , si nécessaire:

a) à b) de c) –

1. Je demande ... mon ami de m'écrire.
2. Je vais téléphoner ... mon ami.
3. Je vous défends ... quitter l'hôtel.
4. Je me rappelle bien ... ce voyage.
5. Tu peux te servir ... mon ordinateur.
6. Est-ce que tu es content ... tes résultats ?
7. Les enfants se mettent ... écrire des lettres au Père Noël.

IV. Choisissez une réponse.

1. Quatorze et cinq font dix-neuf.
 - a) $14+5=19$
 - b) $40+5=45$
 - c) $14+6=20$
2. Un et vingt font vingt et un.
 - a) $1+20=21$
 - b) $1+2=3$
 - c) $1+12=13$
3. Seize et quinze font trente et un.
 - a) $15+16=31$
 - b) $16+15=31$
 - c) $6+7=13$
4. Douze et soixante et onze font quatre-vingt-trois.
 - a) $12+71=83$
 - b) $20+61=81$
 - c) $11+60=71$
5. Cinquante-cinq et dix-sept font soixante-douze.
 - a) $50+12=62$
 - b) $55+17=72$
 - c) $45+17=62$
6. Vingt-huit et treize font quarante et un.
 - a) $28+13=41$
 - b) $13+28=41$
 - c) $28+30=58$
7. Dix-sept et neuf font vingt-six.
 - a) $19+9=28$
 - b) $9+19=28$
 - c) $17+9=26$

V. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

"Les sports "

Le sport joue un rôle important dans la vie, parce que c'est bien pour la santé. Le sport vous aide à vous relaxer. Les résultats sont évidents : vous êtes de bonne humeur et vous travaillez sans fatigue.

Chaque sport a ses avantages. On peut pratiquer un sport en toute saison. Notre famille est très sportive. Je fais de la gymnastique. Mon père pratique le tennis. Ma mère préfère la natation. Ma sœur pratique le patinage artistique. Elle patine sur une patinoire. Nous faisons du sport en amateur. Pour pratiquer le sport en professionnel, il faut s'entraîner régulièrement. Ça demande une longue préparation. Malheureusement, faute de temps, il m'est difficile de concilier le sport et mes études: mon emploi de temps est très chargé. Je n'arrive pas à suivre le régime et à m'entraîner de façon régulière. Cependant, je voudrais bien développer les qualités d'un vrai sportif qui sont nécessaires dans notre vie

quotidienne : avoir de l'endurance, savoir garder son sang-froid, pouvoir se concentrer.

Vrai ou faux ?

1. Le sport joue un rôle important dans la vie.
2. Je fais le tennis.
3. Nous faisons du sport en amateur.
4. Il ne faut pas s'entraîner régulièrement

Раздел 4. Студенческая жизнь.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Continue in the negative.

1. John is sleeping. (to prepare for the exam) – *He isn't preparing for the exam.*
2. The professor is speaking. (to read) –
3. The students are making notes of the lecture. (to talk) –
4. Emily is studying English. (to walk with friends) –
5. Jack and Sarah are reading books. (to go to the party) –
6. Bob is getting ready for the exam. (to listen to music) –

2. Match the words and use them in the appropriate form in the sentences below.

a) to loosen	1. year
b) a sophomore	2. involved
c) to take	3. examination
d) to get	4. notes of the lecture
e) final	5. the point
f) to make	6. down

g) to turn

7. advantage of

h) to see

8. up yourself

1. A holiday is one more reason to _____.
2. Johanna doesn't go to parties because she doesn't _____.
3. I joined the theatre club in my _____.
4. He was disappointed because Jane _____ his proposal.
5. He is trying to _____ every day at university.
6. Last year Ann _____ into the most popular students club at the university.
7. Steve was _____ when his mobile phone suddenly rang.
8. Kate couldn't sleep because she was thinking of her _____.

3. Fill in the gaps with the appropriate word.

the point attends "take home" talkative exchange freshman joined
have fun parties French dormitory goes friendly schedule missed
skills

Michelle is an _____ student. She is _____. Nicola is 18. She is a _____ and _____ girl. Nicola _____ all the classes. She hasn't _____ any lectures yet. Nicole is in her _____ year. She lives in a _____. Nicole is a very good student. She has some actor _____ that is why she has _____ a theatre troupe. Now she is very busy because she is doing her _____ exam. She doesn't have any time to _____. Moreover, she doesn't go to _____ because she doesn't see _____. She _____ out very seldom when her _____ affords.

4. Put the verb into the correct form. Use present continuous or present simple.

1. Please don't make so much noise. I _____ (try) to prepare for my final exams.

2. We usually _____ (write) a lot of tests, but this term we _____ (not / write) any.

3. A: How's your German?

B: Not bad. My teacher thinks it _____ (improve) slowly.

4. Normally I _____ (finish) work at seven, but this week I _____ (work) until five to have enough time for my studies.

5. I'm too tired to prepare for the quiz. I _____ (fall asleep).

6. You can borrow my dictionary. I _____ (not/use) it at the moment.

7. In our dorm boys and girls _____ (live) on different floors of the same building.

5. If the sentence is correct, put “+”. If it is wrong, correct it.

1. Hannah likes going to parties and communicating with other people.
2. “John gets ready for the final exam at the moment. Don’t disturb him.”
3. Nicola is staying with her host family this summer.
4. In Russia young people usually are entering university at 17 or 18.
5. She never misses her classes.
6. I am sharing my room with 3 other girls.
7. Our university has a lot of students clubs.

6. Complete the chart.

Country	Nationality
Italy	
	Spanish
	Mexican
	Japanese
Egypt	

	Hungarian
Russia	
Switzerland	
France	
	Chinese

7. Put the lines of the conversation in the correct order.

- Hi, Yoshi! There is a party tonight. Will you come with me?
- OK, bye!
- You are so boring! You can do it later.
- No, I just don't see the point...
- Why? Do you have any plans?
- Well, see you tomorrow then...at the meeting of the ensemble.
- I know, but I need to finish my "take home" exam.
- No, I'm sorry, George.
- Hello, George. I'm afraid, I won't.
- Hmm... What will you do then? It's The Students' Day today!

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist.

1. Er ... fließend englisch.
 - a) sprach; b) spricht; c) sprechen; d) sprichst
2. Sie ... die Prüfung in der Geschichte gut.
 - a) besteht; b) hat bestanden; c) wird bestehen; d) bestehe
3. Der Vortrag dieses Professors ... mir.

- a) gefällt; b) gefällt; c) gefallen; d) gefälltst
4. Die ganze Familie ... zu Tisch.
- a) saß; b) sitzen; c) gesessen; d) sitze
5. Diese Studentin ... oft zu spät zum Unterricht.
- a) komme; b) kommt; c) kommst; d) kommen
6. Er ... gewöhnlich mit der Straßenbahn.
- a) fahre; b) fährt; c) fährt; d) fuhr
7. Otto ... ein guter Fachmann.
- a) werden; b) wird; c) wirst; d) werdet
8. Alle Studenten versammeln ... in der Aula.
- a) sich; b) euch; c) dich; d) mich
9. Mein Freund interessiert ... für Fremdsprachen.
- a) mich; b) uns; c) sich; d) euch
10. Wir hörten ... die Musik von Beethoven.
- a) uns; b) mich; c) euch; d) dich
11. Im Januar ... er die Prüfungen abgelegt.
- a) hat; b) ist; c) wurde; d) haben
12. Warum ... Peter und Paul zum Unterricht nicht gekommen?
- a) haben; b) sind; c) werden; d) ist
13. Morgen schreiben wir eine Kontrollarbeit. ... du Grammatik wiederholen?
- a) werden; b) wirst; c) wurden; d) werdest
14. Die letzte Doppelstunde ... zu Ende.
- a) waren; b) war; c) seid; d) warst
15. Gestern ... ich früh auf.
- a) stand; b) stehe; c) stehen; d) stehst

16. Er ... jetzt viel zu tun.
a) habe; b) hatte; c) hatten; d) hast
17. Er steht in ... I. Studienjahr.
a) der; b) des; c) dem; d) den
18. Zum Abschluss ... Semesters legen die Studenten Prüfungen ab.
a) einen; b) dem; c) des; d) das
19. Nach dem Unterricht gehen die Studenten in ... Bibliothek.
a) den; b) die; c) der; d) das
20. Der Junge klebt eine Marke auf ... Briefumschlag.
a) den; b) die; c) der; d) des
21. Sie ist die ... Studentin unserer Gruppe.
a) gute; b) beste; c) bessere; d) besten
22. Meine Familie ist ... als deine.
a) groß; b) die größte; c) größer; d) mehr
23. Der Student ... Heines Gedichte im Original lesen.
a) kann; b) können; c) könnt; d) kannt
24. Meine Studienkollege sahen sich einen ... Film an.
a) neuen; b) neu; c) neuer; d) neues
25. Der Student gibt ... Professor die gelöste Aufgabe.
a) der; b) dem; c) den; d) des
26. Der Vater ... heute die Tomaten ernten.
a) willt; b) wollt; c) will; d) wollen
27. Der Junge beschäftigt ... mit seinem Computer.
a) sich; b) dich; c) uns; d) euch
28. Wie erholt ihr ... ?

a) uns; b) euch; c) sich; d) dich

29. Die Mutter ... das Kind ins Bett.

a) lagte; b) lag; c) legte; d) legen

30. Der Hund ... durch die Straße.

a) laufte; b) läufte; c) lief; d) laufe

II. Leseverstehen.

Lesen Sie den folgenden Text!

Als Krankenpfleger im Krankenhaus

Peter Schneider ist Krankenpfleger in der Abteilung „Innere Medizin“ in einem Krankenhaus in Oberhausen. Seit sechs Monaten macht er das. „Ich bin heute um 5.00 Uhr aufgestanden. Denn Frühschicht heißt für mich immer früh raus. Das ist hart.“ Aber er hat gerne Frühschicht, weil er dann am Nachmittag Freizeit hat.

Er hat gefrühstückt und ist eine halbe Stunde mit dem Fahrrad zum Krankenhaus gefahren. Das sind 12 km und am Mittag noch einmal 12 km zurück. Um 6.00 Uhr hat seine Arbeit begonnen. Er hat sich umgezogen und trägt weiße Dienstkleidung. „In Jeans und Pullover kann ich nicht arbeiten. Das will hier keiner sehen. Weiß – da sieht man sofort, das ist sauber“.

Bis 6.30 Uhr hat er mit seinen Kollegen und Kolleginnen im Schwesternzimmer gegessen. Die Nachtschwester hat erzählt, was in der Nacht gewesen ist. Heute nichts Besonderes. Dann hat Peter die Patienten geweckt, Blutdruck und Fieber gemessen. Frau Schmidt hat 36,8° gehabt, also kein Fieber mehr. „Sehen Sie, das habe ich doch gewusst. Heute sind Sie gesund wie ein Fisch im Wasser“, hat er gesagt. Frau Schmidt hat gelacht. Auch das gehört zur Arbeit, kleine Gespräche mit den Patienten. „Wer lacht, wird schneller gesund“, sagt Peter und lacht selbst.

Auch Betten hat Peter gemacht und die alte Frau Müller aus 118 gewaschen. Sie ist 85 und kann sich kaum bewegen, weil sie immer Schmerzen hat. Peter hat ihr eine Spritze gegeben.

Um halb acht hat Peter dann die Tabletts mit dem Frühstück verteilt. Wieder ist er in Zimmer 118 gewesen und hat Frau Müller beim Essen geholfen. Dann hat er die Tabletts wieder aus den Zimmern geholt.

Um 9.00 Uhr ist er selbst in die Cafeteria gegangen und hat gegessen. Er hat zwanzig Minuten Pause gehabt, wie immer. Dann hat er Pflegearbeiten gemacht.

Er hat Verbände gewechselt, Medikamente in die Zimmer gebracht und Frau Schmidt gebadet. Sie kann das nicht mehr alleine. Das hat bis 12.00 Uhr gedauert. Um 12.00 Uhr hat es Mittagessen gegeben, wieder hat er Tabletts verteilt und später wieder eingesammelt. „Dabei laufe ich viel, die Flure im Krankenhaus sind lang. Am Ende bin ich sehr müde“.

Von 13.30 Uhr bis 14.00 Uhr ist Übergabe, so heißt das Gespräch mit den Kollegen und Kolleginnen über die Patienten.

Markieren Sie bei den Aussagen, ob sie richtig (+) oder falsch (–) sind!

1. Peter Schneider arbeitet seit sechs Monaten als Chefarzt in einem Krankenhaus in Oberhausen.
2. Er wohnt in 12 km vom Krankenhaus und fährt jeden Tag etwa eine halbe Stunde mit dem Fahrrad.
3. Peter ist oft guter Laune und führt kleine lustige Gespräche mit den Patienten.
4. Um 9.00 Uhr hat er zwanzig Minuten Pause und geht mit seinen Kollegen in die Cafeteria, um dort zu essen.
5. Um 12.00 Uhr ist Frühschicht zu Ende und Peter geht mit seinen Freunden ins Café.

Французский язык

I. Employez un pronom personnel:

- b) je b) tu c) il d) nous e) vous f) ils (elles)
1. ... oublies toujours tout.
 2. ... achetons les billets.
 3. ... sortez ce soir ?
 4. ... lit seulement des romans.
 5. ... apprend à lire.
 6. ... vivez en Europe ?
 7. ... ai trois soeurs et un frère.
 8. ... viennent ici.

II. Employez les adjectifs possessifs:

- a) vos b) leurs c) nos d) mes e) ton

1. Parle à ... frère cadet !
2. Je téléphone à ... amis.
3. Nous arriverons avec ... femmes.
4. Ils parles de ... études.
5. Elles écrives à ... parents.
6. Corrigez ... fautes !

III. Choisissez une réponse:

- a) se lève b) prend c) se met d) s'examine e) court f) s'étire g) se réveille
k) s'aperçoit l) se maquille
1. Agnès ... à 6 h 30.
 2. Elle ... dans son lit et
 3. Agnès ... la douche.
 4. Puis elle ... à table.
 5. Après le petit déjeuner Agnès
 6. Agnès ... de la tete aux pieds dans le miroir.
 7. Tout à coup, elle ... qu'il est déjà 9 h.
 8. Elle ... à toutes jambes.

IV. Employez un pronom:

- a) me b) te c) se d) nous e) vous
1. Veux-tu ... reposer un peu ?
 2. Je voudrais ... promener seul.
 3. ... sont-ils déjà réunis ?
 4. Il devrait ... adresser à elle.
 5. Tachez de ... endormir.
 6. Nous voudrions ... installer ici.

V. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

Ma journée de travail

Le matin je me réveille vers sept heures. Je me lève, je prends ma douche et je m'habille. Ensuite je prends mon petit déjeuner. Après le petit déjeuner je sors de chez moi et je vais au bureau. J'arrive au bureau à neuf heures. J'ai une pause déjeuner à une heure de l'après-midi. Normalement, je déjeune au restaurant

non loin de mon bureau. Après le déjeuner, je travaille de deux à six heures du soir. Puis, je rentre chez moi et je dîne avec ma famille. Deux fois par semaine je fais du sport après le travail. Le soir je me repose, je lis des livres, je regarde la télé ou je surfe sur Internet. Parfois je vais au restaurant avec ma famille ou je vais au bar avec mes amis. À dix heures trente je prends mon bain. Habituellement, je me couche vers onze heures du soir.

Vrai ou faux ?

1. Le matin je me réveille vers 11 heures.
2. J'ai une pause déjeuner à une heure de l'après-midi.
3. Le soir je lis des livres.
4. Deux fois par semaine je me repose.

Раздел 5. Высшее образование.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Match the words/words combinations with their definitions:

a degree	not to pass the exams
to fail (in) the exams	to become a student
to enter a university	to complete exams successfully
a minor	to study intensively before an exam
to pass exams	intentionally fail to attend classes
a first-year student	to retake an examination
to cram for the exam	one who lectures; professor at an academic institution
to resit	an <u>academic</u> rank <u>conferred</u> by a <u>college</u> or university after examination or after <u>completion</u> of a course
a graduate	payment for studying in a higher educational setting
a scholarship	to be present at university
to skip classes	university student who has not yet received his first degree
undergraduate	a fresher
to attend	one who has completed a course of study and received a degree or diploma at a university or college

to cheat	financial aid provided to a student on the basis of academic merit
tuition fees	an integrated course of academic studies
to get an online university degree	a main subject of study chosen by a college or university student
fellow students	to act <u>dishonestly</u> or <u>unfairly</u> in order to <u>gain</u> an <u>advantage</u>
to interact with	to graduate from the online university
a major	a secondary field of study in undergraduate education
curriculum	people you study with
a lecturer	to talk to each other, work together, etc

2. Fill in the gaps with these words to complete the sentences.

degree, major, resit, bachelor's, undergraduates, well-respected, terms, pass, lecture, first year students, social etiquette, graduate, fail, science, prestigious, a head start in making friends, lecturer, revise

- 1) Universities in Russia usually have two _____ in a year.
- 2) The first degree most students study at university is also known as a _____ degree.
- 3) The university's seven colleges offer more than 140 _____ fields of study.
- 4) Most students at university are _____. They are studying to get a _____.
- 5) The UK has a _____ higher education system.
- 6) What Moscow University is famous for its teaching and research in _____.
- 7) Universities usually arrange Freshers' Week for their _____.
- 8) Oxford and Cambridge universities are two of the most _____ universities in the country.
- 9) Sometimes a cups of tea can give you _____.
- 10) Before each exam, students have to _____ their notes.
- 11) A lesson at university which takes place in a big hall with lots of students and one teacher is called a _____.
- 12) A teacher at University is called a _____.
- 13) If you _____ an exam, you normally _____ the exam another day.
- 14) Make sure you are aware of British _____.
- 15) When students _____ their final exams, they _____.

3. Put the verbs in brackets into the correct tense: Present Simple – Present Continuous.

- 1) She _____ (study) psychology at the University of Moscow.
- 2) The course _____ (last) 5 years.
- 3) What _____ he _____ (study) now?
- 4) Where is Peter? He _____ (study) French at the moment.
- 5) _____ he often _____ (skip) classes?
- 6) Undergraduates usually _____ (cram) for their exams at the end of each term.
- 7) How many students _____ usually _____ (pay) for their studies in Russia?
- 8) The bus sometimes _____ (arrive) in the morning.
- 9) James is a student. But he _____ (work) this week.
- 10) Our exam _____ (start) in 5 minutes.
- 11) Ann is out. She _____ (work) in the library.
- 12) Some students _____ (resit) their exams another day.
- 13) What _____ you _____ (do) at the moment? I _____ (write) an essay.
- 14) How many British students _____ usually _____ (get) an online university degree?

4. Match the question words and answers:

Who	In December.
Which	A glass of orange juice.
Where	5 pounds.
What	The black one.
When	Once a week.
Why	19.
How	In London.
How long	5 students.
How much	Because I was tired.
How many	By bus.
How often	Jack and Sam.
How old	3 months.

5. Make questions.

- 1) Where _____? I study in Leeds.
- 2) What time _____? My classes start at 8 every day.
- 3) _____ at weekends? No, I don't study at weekends.
- 4) What _____? Well, he is not doing anything at the moment.
- 5) _____ your sister _____? No, she does not go to university. She goes to school.
- 6) And what _____ now? She is doing her home task, I think.
- 7) Where _____ usually _____ it? She usually does it at home.

- 8) Who usually _____ her with her home task? Our mom helps her.
- 9) _____ together? Yes, we usually spend our weekends together.
- 10) Where _____ your mom ? My mom is working in the garden at the moment.
- 11) How often _____ together ? We often go shopping together on Saturdays.
- 12) _____ the course at university? I'm enjoying it a lot.
- 13) What languages _____? I speak English and French.
- 14) What _____? I'm majoring in politology.
- 15) What _____? There is no secret to acing any high school tests. You just need to spend a lot of time reviewing the material.

6. Complete the sentences with the correct form of the verb in brackets: the Present Perfect or Past Simple.

- (Have you ever been/Did you ever go) to England?
- Yes, I ... (have been/went) to Oxford last spring.
- ... (Have you liked/Did you like) the city?
- Yes, I ... (have/did). I ... (have visited/visited) a lot of colleges there.
- And ... (have you already been/did you go) to London?
- No, but I ... (have just bought/already bought) the tickets there.

7. Fill in the gaps with these idioms and some phrasal verbs to complete the sentences.

Flunk, skip lectures, see the light at the end of the tunnel, drag, batted around, acing, see the light at the end of the tunnel, goof off, help ____ out, line up, realistic

- 1) Why in the world does he _____ all the time?
- 2) In his opinion, this subject is a real _____.
- 3) There is no secret to _____ a test. You just need to spend a lot of time reviewing the material.
- 4) Why does he _____ so much instead of preparing for classes?
- 5) He is going to _____ the test in Math if he doesn't get busy and study hard.
- 6) My friend _____ a few ideas on what university to enter.
- 7) I try to _____ my fellow students _____ whenever I can.
- 8) I need to _____ an appointment with my tutor by the end of the term.
- 9) Soon, I felt more relaxed because my parents helped me and I could _____.
- 10) She isn't very _____; she thinks to get a university degree is very easy.

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist.

1. Jetzt machen wir uns ... Hans und Sophie Scholl bekannt.
a) mit b) an c) auf
2. Nochmals gratuliere ich euch...eurem Erfolg!
a) mit b) für c) zu
3. Wir haben ... der Versammlung nicht teilgenommen.
a) in b) auf c) an
4. Willst du nicht ... Moskau fahren?
a) in b) nach c) zu
5. Jeden Tag ging er ... ihrem Hause vorbei.
a) an b) auf c) mit
6. Der Gelehrte arbeitet seit 2 Jahren ... diesem Problem.
a) an b) zu c) mit
7. Wir müssen uns ... die bevorstehende Prüfung vorbereiten.
a) zu b) nach c) auf
8. Wir erinnern uns oft ... dieses Konzert.
a) mit b) an c) vor
9. Du interessierst dich ... Musik, nicht wahr?
a) für b) vor c) mit
10. Meine Mutter sitzt in ... Sessel und strickt.
a) einen b) einem c) einer
11. Meine Großeltern arbeiten viel auf ... frischen Luft.
a) der b) dem c) die
12. Oft gehe ich mit ... Bruder angeln.
a) meinen b) meines c) meinem
13. Dort wohnen meine Großeltern und mein Onkel mit ... Familie.
a) deiner b) seiner c) ihrer
14. Manchmal verlassen wir ... Eltern und gehen ins Konzert
a) eure b) unsere c) deine
15. Wie fühlen ... deine Kinder?
a) dich b) sich c) uns
16. Dieser Student ... an der Besprechung dieses Buches.
a) nimmt ...teil b) nehmt ... teil c) teilnehmt
17. Meine Tante hat eine gute Figur und ... moderne Kleider.
a)tragt b) trag c) trägt
18. Ich und meine Freundin rechtzeitig zur Konferenz.
a) kamen b) kamen c) kam
19. ... du im Sommer in Moskau?
a) war b) hattest c) warst
20. ... Wochenende gehe ich gewöhnlich ins Theater.
a) am b) in der c) zur

21. Im Dorf gibt es einen Teich und dort ...man auch baden.
a) kannt b) kann c) können
22. ... zwei Wochen zieht unsere Familie um.
a) um b) vor c) in
23. Ich ... meine Freunde zum Tennisspiel.
a) lade ... ein b) ladet... ein c) einlade
24. Bei der Übersetzung dieses Textes darf man das Wörterbuch
a) benutzt b) benutzen c) benutzte
25. Leider ... ich nicht länger bei dir bleiben, ich habe es eilig.
a) kann b) kannt c) könnt
26. Er ... oft viel, aber ... seine Worte nicht immer.
a) verspricht, hält b) verspricht, haltet c) verspricht, hält
27. Ich bemerke auf der Straße Hans, aber er ... mich nicht.
a) ansieht b) sieht ... an c) seht ... an
28. Der Film ... uns nicht, wir ... nur Zeit.
a) gefiel, verlor b) gefiel, verliert c) gefiel, verloren
29. Er erzählt so interessant, man ... ihm immer aufmerksam.
a) hört ... zu b) zuhört c) hörtet ... zu
30. Wir ... an der See zwei Wochen.
a) verbrachten b) verbrachte c) verbrachten

II. Leseverstehen.

Lesen Sie den folgenden Text!

Erich Müller, ein junger Mann, lebte in einer kleinen Stadt. Aber er wollte München kennenlernen und an der Münchener Universität studieren. Leider konnte er es nicht, weil er kein Geld hatte. Darum musste er zu Hause bleiben und arbeiten.

Eines Tages schrieb er an seinen reichen Onkel. „Ich möchte gern in München an der Universität studieren, aber ich habe kein Geld. Könntest du mir nicht helfen?“ Der Onkel schickte ihm 400 Euro und schrieb. „Ich will dir gern helfen. Jeden Monat schicke ich dir 400 Euro. Aber du musst fleißig studieren. Sonst bekommst du von mir kein Geld mehr“.

Erich war glücklich. Er fuhr nach München. Das Leben in München fand er schön und angenehm. Erich war selten zu Hause. Er ging fleißig ins Kino, ins Theater, in Cafés, aber zur Universität ging er nicht.

Eines Tages kam sein Onkel nach München. Erich erzählte viel von der Universität, von den Professoren und Studenten. Der Onkel war sehr zufrieden. Dann gingen sie spazieren, der Onkel wollte die Sehenswürdigkeiten Münchens sehen. Erich zeigte dem Onkel Theater, Museen, Kinos, Cafés und vieles andere. Da gingen sie an einem großen Gebäude vorbei. „Was für ein Gebäude ist das?“, fragte der Onkel. „Leider weiß ich es nicht. Ich sehe es zum ersten Mal. Fragen wir den Polizisten, er muss es wissen“. „Das ist die Universität“, war die Antwort.

1. Markieren Sie den Satz, den richtig den Inhalt des Textes übergibt!

- a) Erich Müller kam aus einer kleinen Stadt nach München, das Leben in dieser so großen Stadt war so interessant, dass Erich vergaß, weswegen er gekommen war.
- b) Erich Müller hatte Zeit genug, um sich zu amüsieren und an der Universität zu studieren.
- c) Das Leben in München war sehr schön und angenehm und Erich Müller verbrachte die meiste Zeit in Theatern, Kinos und Cafés, darum besuchte er der Universität selten.

2. Vollenden Sie den Satz und markieren Sie dann den Buchstaben für die richtige Variante!

Der Onkel kam nach München, er wollte ...

- a) die Sehenswürdigkeiten von München kennenlernen.
- b) wissen, ob Erich fleißig studiert.
- c) mit Erich ins Theater, ins Kino und auch ins Café gehen.

3. Markieren Sie den Buchstaben für die richtige Antwort. Es gibt nur einen richtigen Satz.

Warum schrieb Erich an seinen Onkel?

- a) Erich brauchte Geld, um das Leben in einer großen Stadt kennenzulernen und nicht an der Universität zu studieren.
- b) Erich brauchte Geld, um an der Universität zu studieren
- c) Erich brauchte Geld, weil er in seiner kleinen Stadt nicht mehr leben wollte.

4. Markieren Sie, welchen Satz dem Inhalt des Textes nicht passt!

- a) In München lebte Erich lustig und sorglos, er vergaß sogar, dass er an der Universität studieren sollte.
- b) Mit Vergnügen zeigte Erich seinem Onkel viele Sehenswürdigkeiten Münchens und erzählte viel davon, aber er konnte das Gebäude der Universität nicht erkennen, denn er sah es zum ersten Mal.
- c) Der Onkel war zufrieden, er hatte Erich nicht umsonst sein Geld gegeben.

I. Choisissez un verbe au passé composé:

1. Maman (faire) la tarte aux pommes.
a) a fait b) a faite c) est faite
2. Mes parents (partir).
a) est parti b) sont parties c) sont partis
3. Elle les (ouvrir).
a) a ouvert b) a ouverte c) a ouverts
4. Monique (prendre) ses valises.
a) a pris b) a prises c) est prise
5. Ta sœur (venir) me voir.
a) est venu b) est venue c) sont venues
6. Nous (descendre) dans ce village.
a) avons descendu b) avons descendus c) sommes descendus
7. L'enfant (vouloir) une pomme.
a) a vu b) a voulu c) a lu
8. Elle leur (montrer) cette photo.
a) est monté b) a montrés c) a montré

II. Choisissez une réponse:

1. Mes amies ... en wagon à temps.
a) ont monté b) sont montées c) sont montés
2. Répétez votre question, j'ai mal
a) comprise b) compris c) comprends
3. Quelles chemises a-t-il ... ?
a) choisies b) choisie c) choisi
4. Eric, ... ton manteau!
a) prenez b) prenne c) prends
5. Elle ... l'escalier.
a) a descendu b) est descendu c) est descendue

6. Ma soeur ... une jolie robe.

a) est mise b) a mise c) a mis

7. Silvie ... son travail.

a) a fini b) a finisse c) est finie

III. Employez un verbe nécessaire:

a) ont b) sont

1. Ils ... discuté toutes les questions.

2. Ils ... descendus au rez-de-chaussée.

3. Elles ... restées chez elles.

4. Les garçons ... montés escalier.

5. ...-ils fini leur travail ?

6. Ils ... sortis leurs manuels de leurs cartables.

7. ...-ils sortis de l'office ?

IV. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

Les Grandes Ecoles sont des établissements d'enseignement supérieur destinés à fournir les cadres supérieurs de la nation dans les diverses branches – enseignement, administration, armée, industrie, commerce etc.

On y accède par un concours généralement difficile (souvent n'est reçu qu'un candidat sur 10) auquel on se prépare après le baccalauréat dans certaines classes spéciales des lycées.

Admis en classe préparatoire après une sélection assez sévère, les élèves y passent une, deux ou trois années, puis se présentent aux concours des Grandes Ecoles.

Les principales sont: les Ecoles normales supérieures, destinées à former les professeurs de l'enseignement du second degré, pour les sciences et pour les lettres. L'Ecole polytechnique, créée en 1794, donne un enseignement scientifique. Elle dépend du ministre des armées et le régime (deux ans d'internat) y a un caractère militaire. Elle prépare cependant à des emplois militaires ou civils.

A. Trouvez la terminaison des phrases :

1. Le concours aux Grandes Ecoles est assez
2. On y accède par un concours
3. On y reçoit un candidat.....
4. On s'y prépare dans les classes.....
5. On s'y prépare après.....

6. On y forme les cadres.....
- a) ...généralement difficile...
 - b) ...le baccalauréat...
 - c) ...spéciales des lycées.
 - d) ...souvent n'est reçu qu'un candidat sur 10...
 - e) ...sévère, les élèves y passent une, deux ou trois années, puis se présentent aux concours des Grandes Ecoles.
 - f) ...supérieurs de la nation dans les diverses branches — enseignement, administration, armée, industrie, commerce etc.

Раздел 6. Окружающая среда.

Лексико-грамматический тест

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

1. Complete the sentences with the correct form of the word in brackets.

1. We can see some _____ changes in different parts of the world. (climate \ climatic)
2. Some _____ think the world is becoming hotter. (science \ scientists)
3. Winters are becoming _____. (warm \ warmer)
4. The climatic changes can be _____ for our fragile planet. (danger \ dangerous)
5. The weather in April may be _____. (change \ changeable)
6. It was a grey _____. (mist \ misty)

2. Put the words in the correct order.

- a) very a country climate this changeable has
This country has a very changeable climate.
- b) nights is mild with warm climate associated days and mild
- c) country colder the is of the north in much winter and windy
- d) miles a only the away although the climate few lies Atlantic the more Mediterranean is like
- e) air like many in countries eating southern in their the fresh meals people

- f) rains than more in much does Italy it England it
- g) as polluted the of air a around result activities becomes own our
- h) dirty it rivers are and not many and seas people about know getting
- i) deaf of who are to people the run exposed going risk noise loud
- j) protect used the to the crops by into chemicals rivers farmers kill get fish and

3. Match a line A with a line B to make a question.

What climate	is noise a kind of pollution?
Who	needs to take measures to protect nature?
What	does this country have?
When	did the Senator Gaylord Nelson live?
Where	is Earth Day celebrated?
Why	is the most dangerous pollutant from cars?

4. Find words and phrases with opposite meanings.

Sunny	heal
Clear	Science and wisdom
Hot	Peaceful life
Calm	Protect
Fine	Love and responsibility for wildlife
Pollute	Nasty
Different wars	Windy
Battle against wild life	Cloudy
Ignorant using of nature	Rainy
hurt	cold

5. Write when you are going to do something.

Examples: Have you watered the flowers? (in the morning)

Not yet. I'm going to water them in the morning.

Have you washed your hair? (just)

Not yet. I'm just going to wash it.

1. Have you spoken to the manager? (after lunch) Not yet. I _____
2. Have you made the tea? (just) Not yet. I _____

3. Have you bought a car? (soon) Not yet. I _____
4. Have you done your homework? (just) Not yet. I _____

6. Answer the questions using *was/ were going to*.

Example: Did you phone him yesterday?

No, I was going to phone him but I changed my mind.

1. Did you ask Melany to help you?

No, I _____ but I changed my mind.

2. Did they visit the Tate Gallery?

No, they _____ but they changed their mind.

3. Did he attend the meeting?

No, he _____ but he changed his mind.

7. Translate into English.

1. Ты помыл машину? - Нет еще. Я помою ее завтра.
2. Вы уже пообедали? - Нет еще. Мы как раз собираемся обедать.
3. Небо такое голубое. Будет чудесный день.
4. Я решила устроить званый вечер. - Кого ты собираешься пригласить?
5. Твои друзья ездили в отпуск в Испанию? - Нет, они собирались, но передумали.
6. Экзамен завтра. Ты совсем не занимался. Ты провалишься.

Немецкий язык

1. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist. Übersetzen Sie die Sätze ins Russische.

1. Nach dem Abschluss ... werde ich Manager.
a) dem Studium b) des Studiums c) des Studium
2. Mein Onkel genießt die Hochachtung
a) seiner Kollegen b) ihrer Kollege c) seiner Kollegens

3. Meine Schwester ist ... der neuen Wohnung zufrieden.
a) an b) zu c) mit
4. In den nordischen ... zieht man salzige Speisen vor.
a) Länder b) Ländern c) Land
5. Mein Freund hat sich erkältet und ... heute zu Hause ...
a) ist .. geblieben b) hat geblieben c) ist geblieben
6. Ich wohne im Studentenwohnheim und ... selbst kochen.
a) muß b) mußte c) muß
7. Jeder Tag ... wie im Fluge.
a) verläuft b) verläuft c) verläuftet
8. Die Hauptseminare ... im 5. Semester.
a) anfangt b) fängt..an c) fangen...an
9. Abends treffe ich ... mit meinen Freundinnen.
a) dich b) mich c) euch
10. Erinnert ihr euch ... den Titel des ersten Romans von E. M. Remarque?
a) an b) über c) in
11. Mein Bruder steht ... dritten Studienjahr.
a) im b) am c) an
12. Studierte er ... der Universität in Berlin oder Hamburg?
a) an b) im c) zu
13. Mein Freund arbeitet ... dem Projekt mit großem Interesse.
a) zu dem b) an des c) an dem
14. Der Dozent gab die Online-Beratung für alle Anfänger nur im ersten Semester.
a) gab b) gabt c) gibt
14. Wie oft ... der Kranke das Medikament einnehmen?
a) sollst b) sollte c) soll
15. Ich begegnete meinen alten Freund und freute mich - wir ... so lange nicht gesehen!
a) hatten euch ... gesehen b) waren uns ... gesehen c) hatten uns ... gesehen
16. Mein Bruder ... in den Supermarket gegangen.
a) ist b) warst c) bist
17. ... du die Küche aufgeräumt?
a) hattest b) hast c) hat
18. Unterwegs ... das kleine Kind eingeschlafen.
a) ist b) hat c) bin
19. Während der Fahrt... unsere Studenten viel Interessantes ...
a) haben gesehen b) hat gesehen c) haben gesehen
20. Jeden Morgen ... ich meinen kleinen Bruder.
a) ziehe ... an b) anziehe c) zieht... an
21. Die Reiseleiterin ... mir seine Telefonnummer ...
a) haben genannt b) hat genannt c) habt genennen
22. ... du heute gefrühstückt?
a) bist b) hast c) hat
23. Ich und meine Freundin rechtzeitig zur Konferenz.
a) kamen b) kamen c) kam

24. ... du im Sommer in Moskau?
a) war b) hattest c) warst
25. Warum ... Peter und Paul zum Unterricht nicht gekommen?
a) haben, b) sind, c) werden
26. Sie ist die ... Studentin unserer Gruppe.
a) gute, b) beste, c) bessere
27. Der Arzt ... mir eine Arznei ... , am nächste Tag ging ich mit dem Rezept in die Apotheke.
a) hatte ... verschreiben b) hatte ... verschrieben c) war ... vergeschrieben
28. Wir ... im Park spazierengegangen und ich kam spät nach Hause.
a) hatten b) waren c) haben
29. Mein Onkel ... am Wochenende viel auf der Datscha ... und war am Montag müde.
a) hatte... gearbeitet b) hattet ... gearbeitet c) hatte ... gearbeitet
30. Ich hatte auf ... lange gewartet, aber er kam leider nicht.
a) uns b) ihn c) sie

II. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text!

Universität Hamburg

Die Hamburger Universität ist nicht besonders alt. Sie gründete man 1919. Die Uni hatte damals nur 6 Fakultäten. Später, nachdem sie reorganisiert wurde, bekam sie Fachbereiche. Zurzeit gibt es hier 19 Fachbereiche.

Man braucht vor der Immatrikulation nur das Abschlusszeugnis des Gymnasiums oder der Hauptschule vorzulegen. Hunderte immatrikuliert man an der Uni, einige exmatrikuliert, wenn sie schlecht studieren, denn eine harte selbständige Arbeit aller Studenten ist das Hauptprinzip aller Hochschulen Deutschlands. Das halten nicht alle aus.

Jeder Student stellt nach der Immatrikulation selbst seinen Studienplan für die ganze Studienzeit zusammen. Eine der stärksten und wahrscheinlich eine der wichtigsten Seiten der deutschen Hochschulausbildung ist das Studentenrecht, Professoren, Seminare, das Thema der Prüfung und Abschlussprüfung zu wählen.

Wie in allen deutschen Hochschulen teilt sich das Studium an der Universität Hamburg in zwei Abschnitte: Grundstudium (vier erste Semester) und Hauptstudium (alle Semester nach dem Grundstudium). Die Studienzeit dauert 8 Semester. Aber wenn man 2 oder 3 Seminare (Studienrichtungen) wählt, so studiert man 12 bis 14 Semester. Es gibt im Hochschulbereich folgende Formen des Studiums: Seminare, Übungen und Vorlesungen. Hauptformen des Studiums sind Seminare. Die Hauptseminare beginnen im 5. Semester. Die Studenten schreiben zu jedem Seminar ein Referat. Sein Umfang sind 20–25 maschinengeschriebene Seiten. Die Auswahl von Themen ist groß. Dabei hilft ihnen

entweder ihr Tutor oder Professor. Die Studenten legen während des Studiums nur zwei Prüfungen ab: die erste Prüfung nach dem Grundstudium und die zweite Prüfung nach dem Hauptstudium, so genannte Abschlussprüfung. Es gibt hier im Vergleich mit Examen an unseren Hochschulen einen großen Unterschied: die Studenten legen hier nicht den ganzen Lehrstoff ab, sondern nur das Thema, das sie selbst wählten und danach mit dem Professor besprachen. Jedes Studienjahr hat zwei Semester. Das Wintersemester beginnt am 1. Oktober und dauert bis zum 30. März, einschließlich 10-12 Tage Weihnachtsferien. Das Sommersemester dauert seit dem 1. April und bis zum 30. September. Das ist im Vergleich zu den Terminen in Russland ein Unterschied.

Markieren Sie den Buchstaben für die richtige Antwort!

1. Es gibt zurzeit an der Universität Hamburg
a) 6 Fachbereiche; b) 19 Fachbereiche; c) 12 Fachbereiche
2. Die wichtigste Form des Studiums ist
a) die Vorlesung; b) das Seminar; c) die Laborarbeit
3. Das Studienjahr an der Universität hat
a) 2 Semester; b) 8 Semester; c) 12 Semester
4. Zu jedem Seminar schreiben die Studenten
a) einen Aufsatz; b) einen Vortrag; c) ein Referat
5. Während des Studiums legen die Studenten ... ab.

Французский язык

I. Choisissez un verbe au passé composé:

1. Ta soeur (venir) me voir.
a) est venu b) est venue c) sont venues
2. Monique(prendre) ses valises.
a) a pris b) a prise c)est prise
3. Nous (lire) cette annonce deux fois.
a) sommes lu b)avons lu c) a lu
4. Encore un instant et je (finir) ma lettre.
a) ai fini b)suis fini c)ai finis
5. Ils (passer) quinze jours au bord de la mer.
a) ont passe b)sont passe c)a passe.

II. Choisissez un verbe au passé immédiat:

1. Он только что вышел.
a) Il vient de sortir b) Il est venu b) Il est sorti
 2. Мы только что просмотрели эту статью.
a) Nous avons examiné cet article b) Nous venons d'examiner cet article
c) Nous allons examiner cet article
 3. Они только что танцевали танго.
a) Ils ont dansé un tango b) Ils viennent de danser un tango
c) Ils dansaient un tango
 4. Элен только что принесла эту газету.
a) Hélène vient d'apporter ce journal b) Hélène a apporté ce journal
c) Hélène apporte ce journal
 5. Тебе только что звонил Жан.
a) Jean vient de te téléphoner b) Jean te téléphonait c) Jean t'a téléphoné
- III. Choisissez le passé composé ou l'imparfait:*

1. Pauline (danser) deux heures.
a) a dansé b) dansait c) dansaient
2. Il (faire) beau.
a) a fait b) faisait c) faisais
3. Ses frères (avoir) les yeux bleus.
a) ont eu b) avait c) avaient
4. Elle (pleurer) souvent.
a) a pleuré b) pleurait c) pleurais
5. Quand il est venu, nous (lancer) le ballon.
a) avons lancé b) lançaient c) lancions
6. Chaque soir, elle (rentrer) tard.
a) a rentré b) est rentrée c) rentrait
7. Ce matin, je (se maquiller).
a) s'est maquillée b) me suis maquillée c) me maquillais

IV. Choisissez la forme correcte à l'imparfait

1. Je ...le projet pendant trois semaines.
a) finissai b) finissais c) finirais

2. Vous me ... longtemps de votre vie.

a) parlez b) parlier c) parliez

3. Tu ne ... pas.

a) m'attendai b) m'attendais c) m'attendait

3. Nous ... à six heures hier.

a) mangons b) mangion c) mangions

4. Ils ... les instructions sérieuses.

a) recevaient b) recevait c) recevraient

V. Donnez une réponse correcte:

a) ce b) cet c) cette d) ces

1. Admirons ... beau paysage !

2. Je n'aime pas beaucoup ... musique, je préfère le jazz.

3. Regardez ... vêtements ! Ils sont très beaux.

4. Vous ne voulez pas ... gateaux ? – Non, merci.

5. ... hommes sont déjà partis.

6. ... jeunes filles sont juristes.

7. Dans ... rue, il y a un grand bâtiment.

VI. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

La protection de l'environnement

La conservation de la nature consiste en la protection des populations d'espèces (вид, порода) animales et végétales, ainsi que la conservation de l'intégrité écologique de leurs habitats (зона, область распространения) naturels. L'objectif est de maintenir les écosystèmes dans un bon état de conservation, et de prévenir ou de corriger les dégradations qu'ils pourraient subir.

On n'arrête pas de construire des maisons dans les villes. Mais chaque week-end, les habitants des grandes villes font des centaines de kilomètres pour retrouver à tout prix la nature.

Aujourd'hui, les villes et mêmes certaines campagnes sont devenues le domaine de la différents types de la pollution. La pollution de l'eau, de l'air, la pollution des aliments (Pour faire face à la demande toujours plus importante des villes, les agriculteurs emploient des produits chimiques que l'on retrouve ensuite dans les aliments) et la pollution génétique, la pollution sonore (Les bruits sont de plus en plus nombreux et de plus en plus forts.) et visuelle (l'ensemble des dégradations infligées aux paysage), le smog informatif (La pollution par l'information est un phénomène relativement nouveau).

Arrêter le gaspillage et protéger la nature qui souffre — voila ce qui est le plus urgent aujourd'hui.

Choisissez la bonne réponse:

1. Aujourd'hui, les villes et mêmes certaines campagnes sont devenues le domaine de la différents types de la pollution.
2. La conservation de la nature consiste en la protection des populations d'espèces.
3. On arrête de construire des maisons dans les villes.
4. Mais chaque week-end, les habitants des grandes villes ne font pas des centaines de kilomètres pour retrouver a tout prix la nature.

Раздел 7. Знакомство с Россией.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Put the words in the correct order to make questions.

1. time / you / up / what / have / get / do / to / ?
2. job / wear / have / in / uniform / you / your / to / do / a / ?
3. books / have / many / you / buy / so / why / did / to / ?
4. States / visa / get / to / to / go / you / do / have / a / the / to / ?
5. John/ does /pills /take/ his/ how / often /have/ to?
6. plant /carefully/ you /after/ look/ have/ to /this /very/ do?

2. Give advice to these people. Use *I think... should* or *I don't think ... should*.

Peter's got a very bad cold.

I think he should go to bed.

1. Keith wants to drive home, but he hasn't got his glasses.

2. Ann's phone bill was enormous! £300!

_____ phone company.

3. Jenny and Tony are only sixteen, but they say they want to get married.

4. My tooth hurts.

5. My children want £50 pocket money.

_____ so much.

6. I've lost my wallet and credit cards.

_____ your bank.

7. There's a hole in my shoe. I only bought them last week!

_____ the shop.

8. Kate's crying because I pushed her. It was an accident.

_____ sorry.

3. Ask for advice in these situations. Use *(What) do you think ... should ... ?*

1. George has asked me to marry him.

Do you think I should say yes?

2. Teresa has invited me to a party at her parents' house.

_____ ?

3. Hazel still hasn't given me back the money she owes me.

_____ ?

4. I'm having a party, and I have to write a guest list.

Who _____ ?

5. Lisa isn't speaking to me because I said she was stupid.

_____ ?

6. Paulo doesn't know whether to go to university or travel round the world.

What _____ ?

7. These shoes are fantastic, but they're so expensive!

_____ ?

4. Complete the sentences with a form of *have to* or *should*. Make the verbs negative when necessary.

1. Geoff works too much. I think he _____ take it easy.

2. Your clothes smell, and you've got a cough. You _____ smoke.

3. I'm going to bed. I _____ get up early tomorrow.

4. I'd like to meet your boyfriend. You _____ invite him round.

5. Soldiers _____ have short hair.

6. You _____ come with me if you don't want to. I'll go on my own.

7. If you can't do your homework, you _____ ask for help.

8. If you've got a ticket, you _____ queue. You can go straight in.

9. You _____ tell lies. It's wrong.

10. Your hair's too long. I think you _____ get it cut.

5. Complete the sentences with *must* and a suitable ending.

1. It's my mother's birthday tomorrow. I must buy her a present and a card.

2. There's an excellent film on at the moment. You _____.
3. My bedroom's a real mess. I _____.
4. Peter's in hospital. I _____.
5. Our train leaves in two minutes! We _____!
6. You can borrow my tennis racquet, but you _____ It was very expensive.
7. There's a wonderful new restaurant opened in town. You _____.

6. Answer the following questions using the adjectives from Module 7, Lesson 5.

What do you call a person who

1. <i>is usually smiling and happy</i>	<u>cheerful</u>
2. <i>enjoys the company of other people</i>	_____
3. <i>finds it difficult to meet new people</i>	_____
4. <i>wants to succeed in their career</i>	_____
5. <i>notices other people's feelings</i>	_____
6. <i>thinks the future will be good</i>	_____
7. <i>has a messy room</i>	_____
8. <i>gets annoyed if they have to wait for anyone or anything</i>	_____
9. <i>puts off until tomorrow what they can do today</i>	_____
10. <i>works hard</i>	_____
11. <i>keeps their feelings and ideas to themselves</i>	_____
12. <i>likes giving presents</i>	_____
13. <i>talks a lot</i>	_____
14. <i>is usually calm and not worried by things</i>	_____

VII. Translate from Russian into English using the vocabulary from the Module 7.

1. Все проще и проще становится путешествовать **по всему миру**.
2. Мир – это **большая деревня**.
3. В Германии **говорить о деле** предпочитают перед едой.
4. В Британии, когда люди **принимаются за дело**, они **снимают пиджаки и закатывают рукава**.
5. Стереотипы **неизбежно** определяют ваше отношение к другой национальности.
6. Туристам следует тщательно планировать свои маршруты, чтобы приобрести **незабываемый опыт** и **познакомиться с удивительными достопримечательностями**.
7. Люди, **игнорирующие** путеводители, называются **первопроходцами**.

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist. Übersetzen Sie die Sätze ins Russische!

1. Dieses Thema ... wir im Unterricht

a) werde wiederholt; b) wurde wiederholen; c) wird wiederholen; d) werden wiederholen

2. Er ... an der Lesekonferenz aktiv

a) teilnehmen; b) nahm teil; c) nehmen teil; d) nahm teil

3. Peter ... gestern auf die Prüfungen

a) bereitete sich ... vor; b) vorbereitete ... sich; c) bereitet sich ... vor; d) vorbereiten ... sich

4. Chemie finde ich nicht so gut. Biologie ist viel

a) guter; b) besser; c) lieber; d) mehr

5. Die erste Doppelstunde beginnt ... acht Uhr.

a) am; b) bei; c) im; d) um

6. Ich bin das ... Kind von vier Geschwistern.

a) alter; b) älteste; c) älter; d) alt

7. Das Studium an der Uni ... den Studenten unserer Gruppe

a) fahl leicht; b) fiel leicht; c) leichtfallen; d) leichtfiel

8. Der Rhein ist der ... Fluss Deutschlands.

a) längste; b) lang; c) länger; d) am längsten

9. Die Vorlesung ... ein Viertel vor 12 (Uhr).

a) begonnen; b) begann; c) beginnen; d) beginn

10. Am Sonntag war das Wetter herrlich. Es war sonnig und warm. Aber in der Nacht ... es plötzlich kalt.

a) wird; b) wurde; c) werden; d) wurden

11. Die Bundesrepublik Deutschland liegt ... der Mitte Europas.

a) auf; b) in; c) an; d) im

12. Im Süden des Landes ist die Landschaft ... als im Norden.

a) hoch; b) höher; c) am höchsten; d) die höchste

13. Daniel fährt zu seiner Großmutter nach Frankreich. Er verbringt bei ... zwei Wochen.

a) sie; b) ihr; c) ihn; d) ihnen

14. Hinter dem Fluss ... ein großer Wald.

a) liegt; b) lag; c) legte; d) legt

15. Gestern ... der Vortrag dieses deutschen Professors

a) fand statt; b) stattfinden; c) stattfand; d) stattgefunden

16. Während meiner Reise durch die Schweiz ... ich viel Neues.

a) erfahren; b) erfuhr; c) erfährt; d) erfährt

17. Die Studenten des ersten Semesters ... am 12. Januar ihre erste Prüfung ...

a) ablege; b) legten ab; c) legte ab; d) ablegten

18. Ich habe ein Geschenk bekommen. Ich freue mich sehr

a) auf es; b) worüber; c) darauf; d) darüber

19. Nach ... gehen wir zu unserer Studienfreundin.

a) den Unterricht; b) des Unterrichts; c) dem Unterricht;

d) dem Unterrichten

20. Ich suche ein Zimmer. Hier kann ... ein billiges Hotel finden.

a) man; b) jemand; c) er; d) dieser

21. Seit Jahren beschäftigten sich die Wissenschaftler

a) mit diesem Problem; b) an dieses Problem; c) nach diesem Problem;

d) mit dieses Problem

22. Ich wohne ... Puschkinstrasse.

a) auf die; b) in der; c) in die; d) auf die

23. Die Ostsee ist kalt. Die Nordsee ist kälter. Die Nördliche Eismeer ist

a) am kältesten; b) am kältesten; c) am kältesten; d) am kältesten

24. Alle wissen, ... er ein guter Sportler ist.

a) dass; b) ob; c) was; d) wann

25. Der Februar ist ... Monat im Jahr.

a) am kürzesten; b) der kürzere; c) der kürzeste; d) kurze

26. Die Eltern verstehen nicht, ... der Sohn ihnen nicht anruft.

a) was; b) warum; c) ob; d) wer

27. Der Autofahrer fragt, ... dieser Weg führt.

a) wo; b) was; c) wohin; d) dass

28. Die Tante ruft an und fragt, ... wir am Dienstag um 16 Uhr zu Besuch kommen können.

a) ob; b) dass; c) was; d) wann

29. Die Schwester sagte, ... wir das Geschirr gemeinsam abwaschen werden.

a) ob; b) das; c) womit; d) wozu

30. Die Frau geht zur Post, ... sie ein Telegramm aufgeben will.

a) wohin; b) weil; c) ob; d) dass

II. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text!

Der Umweltschutz in Deutschland

Die Aufgabe des Umweltschutzes in der Bundesrepublik Deutschland wurde zum Staatszweck. An der Lösung von Umweltproblemen nehmen der Staat, die Wirtschaft und die Bürger teil.

In Deutschland hat sich moderne Umweltschutzindustrie entwickelt. Sie bietet die fortschrittlichen Techniken zur Verhinderung oder Beseitigung von Umweltschäden an.

In den neuen Bundesländern treten die Umweltschutzprobleme noch sehr scharf auf. Die Herstellung gleichartiger Lebensverhältnisse in ganz Deutschland ist Ziel der Bundesregierung.

In der Bundesrepublik sind 11 Nationalparks, viele Naturparks und Naturschutzgebiete. Deutschland beteiligt sich sehr aktiv auch an den internationalen Umweltschutzorganisationen.

Die Bundesrepublik verfügt über keine Energievorräte. Rund 60 Prozent der benötigten Energie muss deshalb importiert werden, und die Vorräte sind in der ganzen Welt begrenzt. Kraftwerke, Industrie und privater Haushalt schaden der Natur, weil sie Rohstoffe verbrauchen und Schad-Stoffe, wie Kohlen-Monoxid und Schwefeldioxid absondern. Deshalb denkt man über alternative Energiequellen wie Sonne und Wind nach. Sie belasten die Umwelt nicht und stehen immer zur

Verfügung. In Deutschland gibt es seit 1990 ein "1000-Dächer-Programm". In der ganzen Bundesrepublik werden im Rahmen dieses Programms Häuser mit Solarzellen ausgerüstet. Mit diesen Solarzellen kann man die Sonnenstrahlen direkt in Elektrizität umwandeln. Aber die Herstellung von Solarzellen ist teuer und kompliziert.

Die Windenergie nutzt man seit Jahrhunderten. Mit Windmühlen kann man auch Strom erzeugen. Die Windkraftwerke stehen in den Küstengebieten der Nord- und Ostsee. In Wilhelmshafen gibt es seit 1989 den größten Windpark Europas.

Das Umweltbewusstsein der Bevölkerung in der Bundesrepublik ist sehr hoch. Ein wirksamer Schutz der Umwelt ist nach Meinung der 70 % Bundesbürger die wichtigste politische Aufgabe. In der Bundesrepublik gibt es eine große Anzahl von Umweltorganisationen, Bürgerinitiativen und ähnlichen Gruppierungen, die ihre Proteste an die Öffentlichkeit tragen. Dem Menschen eine lebenswerte Umwelt sichern, die Natur schützen, sparsamen Umgang mit Rohstoffen fordern, Umweltschäden beseitigen – für den Umweltschutz wurden in der Bundesrepublik Deutschland Milliarden DM ausgegeben. Das ist eine Folge des gestiegenen Umweltbewusstseins der Bürger, die heute mehr als in Vergangenheit bereit sind, Geld für Umweltschutz auszugeben.

Lesen Sie die Aussagen und finden Sie die Sätze im Text, die die gleichen Gedanken enthalten

1. Die Umweltverschmutzung zeigt sich besonders deutlich an der Gewässerverschmutzung und den Abfällen.
2. Gegen die Stromeinsparung wurde ein umfassendes Programm entwickelt. Seit 1990 ist ein nötiges Programm in Kraft getreten.
3. Die Kraftwerke und Industrie tragen zur Belastung der Natur.
4. Der Umweltschutz ist heutzutage ein zentrales Thema in der öffentlichen Diskussion.
5. Drei Prinzipien der Umweltpolitik richteten sich im ersten Schritt insbesondere gegen die Belastung der Umwelt.
6. Die Regierung des Landes hat die Absicht die gleichartigen Lebensverhältnisse herzustellen.

Французский язык

I. Choisissez la forme passive ou active:

a) пассивный в) активный

1. Le vent agite les drapeaux.

2. La poésie est aimée de tout temps.
3. Les Allemands boivent volontiers de la bière.
4. Sous le nom de Ra, le soleil était adoré des Egyptiens.
5. Demain vous prendrez la route.
6. Cet enfant a été mordu par un chien méchant.
7. Vous êtes remerciés par avance.

II. Choisissez la forme passive:

1. On vient de vendre cette maison.
 - a) Cette maison va être vendue.
 - b) Cette maison vient d'être vendue.
 - c) Cette maison a été vendue.
2. Les enfants feront la tarte.
 - a) La tarte sera faite par les enfants.
 - b) La tarte est faite par les enfants.
 - c) La tarte avait été faite par les enfants.
3. La lune éclairait la route.
 - a) La route est éclairée par la lune.
 - b) La route était éclairée par la lune.
 - c) La route sera éclairée par la lune.
4. Les policiers ont arrêté le voleur.
 - a) Le voleur est arrêté par les policiers.
 - b) Le voleur avait été arrêté par les policiers.
 - c) Le voleur a été arrêté par les policiers.
5. On va traduire le texte.
 - a) Le texte va être traduit.

- b) Le texte vient d'être traduit.
 - c) Le texte sera traduit.
6. La dame avait caché les bijoux.
- a) Les bijoux ont été cachés par la dame.
 - b) Les bijoux sont cachés par la dame.
 - c) Les bijoux avaient été cachés par la dame.
7. Les élèves organisent le concours.
- a) Le concours est organisé par les élèves.
 - b) Le concours sera organisé par les élèves.
 - c) Le concours a été organisé par les élèves.

III. Choisissez la bonne réponse:

- a) qui b) que c) qu'
1. J'ai vu un film ... m'a beaucoup plu.
2. J'ai lu le livre ... tu m'a prêté.
3. Le film ... j'ai regardé à la télévision hier était très mauvais.
4. C'était l'histoire d'un étudiant ... n' avait pas d'argent.
5. Charles est en retard pour le rendez- vous ... il a donné lui-meme.
6. C'est un film ... sort sur l'écran.
7. Le square ... vous cherchez est loin d'ici.

IV. Employez:

- a) en b) y
1. Y a-t-il beaucoup de ponts à Paris ? – Il y ... a trente et un.
2. Veut-tu encore du jus ? – Non, merci. Je ne ... veux plus.
3. Pensez-vous à votre voyage ? – Oui, nous ... pensons.
4. Est-ce qu'il a parlé de ces articles ? – Njn, il n' a pas parlé.

5. Combien de boîtes de bonbons as-tu ? J' ... ai cinq.
6. Est-ce que Nathalie s'intéresse à la chimie ? – Oui, elle s'... intéresse.
7. Vous prenez beaucoup d'eau ? – Oui, j' ... prends beaucoup.

V. Donnez une réponse correcte:

- a) tout b) toute c) tous d) toutes

1. Viviane et Patricia habitent ... les deux dans le treizième arrondissement.
2. Nous avons écouté des CD ... la nuit.
3. Mes voisins travaillent ... le temps. Le dimanche aussi.
4. Tu as mangé ... le gâteau ? Tu aimes vraiment le chocolat.
5. Vous avez réussi ... vos examens. C' est bien.
6. J' ai dansé ... la soirée.
7. Je fais de la gymnastique ... les jours.

VI. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

Moscou est la capitale de la Fédération de Russie et la plus grande ville d'Europe.

Moscou est située sur la rivière Moskova. La ville se situe dans la partie européenne de la Russie et administrativement dans le district fédéral central. Moscou a le statut de ville fédérale. La ville est enclavée dans l'oblast de Moscou mais en est administrativement indépendante.

Moscou a joué un grand rôle dans l'histoire de la Russie : elle a été la capitale du Grand-duché de Moscou, puis de l'Empire russe avant que Pierre le Grand ne transfère la capitale dans la nouvelle ville de Saint-Petersbourg puis est redevenue capitale en 1918. Moscou est également connue pour son patrimoine architectural : le Kremlin avec ses palais et églises, la cathédrale Saint-Basile sur la place Rouge, la cathédrale du Christ Sauveur. Le monastère Danilov à Moscou est aussi le siège du patriarche de l'église orthodoxe russe. Le noyau historique de la ville se situe sur la colline qui domine la rive gauche de la Moskova, à l'endroit où se trouvent aujourd'hui le Kremlin et la place Rouge.

Vrai ou faux ?

1. Moscou est située sur la rivière Moskova.
2. Moscou a joué un grand rôle dans l'histoire de la Russie.
3. Moscou n'est pas également connue pour son patrimoine architectural.
4. Le noyau historique de la ville se situe sur la colline qui domine la rive gauche de la Moskova.

Раздел 8. Городская жизнь. Уклад жизни в сельской местности.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Complete the conversations with the Past Simple form of the verbs in brackets.

Conversation 1

A I (1 leave) _____ my teenage sons at home last weekend.

B (2 have) _____ they _____ a party?

A No, they didn't, but they (3 eat) _____ everything that (4 be) _____ in the fridge. They (5 not wash up) _____ and they (6 forget) _____ to walk the dog.

Conversation 2

A (7 see) _____ you _____ the news on TV last night?

B I (8 see) _____ the local news but I (9 not watch) _____ the national news. Why?

A A reporter (10 speak) _____ to me at the station – (11 be) _____ I on TV?

2. Complete the sentences with the Past Continuous form of the verbs in brackets.

1. What (do) _____ you _____ at 9 o'clock last night?

2. We (watch) _____ TV.

3. I (not eat) _____ dinner, I (read) _____ the paper.

4 (dance) _____ Lily _____ with Greg at the party?

5. My mom (cook) _____ dinner the whole evening.

6. What (do) _____ you _____ while I (wait) _____ for you all this time?

7. Nicole (shop) _____ when we accidentally met.

3. Complete the sentences with the Past Simple or Past Continuous form of the verbs in brackets.

1. I (not speak) _____ to my neighbours until they (introduce) _____ themselves.

2. She (have) _____ a shower when I (ring) _____ her.

3. He (not live) _____ there when I (meet) _____ him.

4. It (rain) _____ so they (not want) _____ to take the dog for a walk.

5. How fast (drive) _____ you _____ when the accident (happen) _____.

6. My boss (wait) _____ in my office when I (get) _____ to work two hours late.

7. Last night I (drop) _____ a plate when I (do) _____ the washing up.

4. Read the articles and answer the questions.

A Hundreds of homes in the south west have no electricity after the recent strong winds and heavy rain. In Bournemouth, a three hundred-year-old tree fell on two houses. Fortunately, nobody was at home.

B People in a Norfolk village woke up to a surprise this morning. While they were sleeping, students from the local university painted all the grass in the village red. The post office manager said, 'I couldn't believe my eyes when I looked out of the

window at 5.30 this morning. I think it is funny, but a lot of people don't.' The postman said, 'It was dark when I went to work so I was walking on it before I saw it – there is red paint on my shoes. I was very angry at the time, but now I can see the funny side of it.'

C Last night thieves broke into the city's art gallery and stole two small Van Gogh paintings. Police say that the thieves knew the building and that they were professionals. The night watchman told police that he was watching TV when the robbery took place and that he didn't hear or see anything unusual.

1. *Why is there no electricity in the south west?* _____
2. *Was anyone hurt in Bournemouth?* _____
3. *What were the people doing while the students were painting the grass red?* _____
4. *Was the post office manager surprised?* _____
5. *Did everyone think it was funny?* _____
6. *Could the postman see the grass when he went to work?* _____
7. *Were the art thieves good at their job?* _____
8. *What was the night watchman doing when the thieves stole the Van Goghs?* _____

5. Read the questions and write true answers.

1. When were you born? _____ .
2. When did you start learning English? _____ .
3. When do you usually go on holiday? _____ .
4. What time do you get up? _____ .
5. When did you last see a film? _____ .

6. Translate the sentences into Russian.

1. Идите прямо и затем поверните налево.
2. Идите по улице Ленина, мимо собора слева от вас, затем поверните за угол.
3. Поверните направо и поднимитесь на холм.
4. Вы увидите этот магазин напротив банка, рядом с пешеходным переходом.
5. Пройдите через парк, затем по мосту.

Немецкий язык

1. *Wählen Sie eine richtige Variante der Wortfolge im Nebensatz und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b) oder c) richtig ist!*

1. Die Hauptstadt Russlands ist Moskau und ...
 - a) die Hauptstadt ist Deutschlands Berlin
 - b) die Hauptstadt Deutschlands ist Berlin
 - c) Berlin Deutschlands Hauptstadt ist
2. Ich möchte mit dir heute alles besprechen, da ...
 - a) ich morgen abreise
 - b) abreise ich morgen
 - c) ich abreise morgen
3. Es ist zu betonen, dass ...
 - a) Dresden als ein Kulturzentrum bekannt ist
 - b) ist Dresden als ein Kulturzentrum bekannt
 - c) Dresden ist bekannt als ein Kulturzentrum
4. Rufe mich noch heute an, weil ...
 - a) ich morgen abreise
 - b) reise ich morgen ab
 - c) morgen abreise ich
5. Als ... , emigrierten viele Schriftsteller, Maler und Wissenschaftler.
 - a) kamen die Faschisten ins Deutschland an die Macht
 - b) die Faschisten ins Deutschland an die Macht kamen
 - c) die Faschisten kamen ins Deutschland an die Macht
6. Kennen Sie den russischen Schriftsteller Bunin, dessen ...
 - a) Werke so gern gelesen werden
 - b) Werke so gern werden gelesen
 - c) Werke gelesen werden so gern
7. Der Mann konnte den Brief nicht lesen, denn ...
 - a) er hatte seine Brille vergessen
 - b) hatte er seine Brille vergessen
 - c) er seine Brille vergessen hatte

8. Ich weiß nicht genau, wo ...
- a) wohnt er jetzt
 - b) er jetzt wohnt
 - c) er wohnt jetzt
9. Ich schenke dir einen Fotoapparat, damit ...
- a) du kannst fotografieren
 - b) kannst du fotografieren
 - c) du fotografieren kannst
10. Herr Pfeiffer will pünktlich im Reisebüro sein, darum ...
- a) er die Taxizentrale anruft
 - b) ruft er die Taxizentrale an
 - c) er ruft die Taxizentrale an
11. Als ... , las er nur Märchen.
- a) mein Sohn klein war
 - b) mein Sohn war klein
 - c) war mein Sohn klein
12. Ist Renate als Touristin nach S-Petersburg gekommen, oder ...
- a) sie hier studiert
 - b) studiert sie hier
 - c) sie studiert hier
13. Monika hat seine Telefonnummer nicht, deshalb ...
- a) sie kann ihn nicht anrufen
 - b) sie ihn nicht anrufen kann
 - c) kann sie ihn nicht anrufen
14. Auf dem Tisch lag das Notizbuch, in dem ...
- a) er immer Notizen machte
 - b) er machte Notizen immer
 - c) machte er Notizen immer

15. Meine Mutter hatte gestern Kopfschmerzen, deswegen ...
- a) nahm sie eine Arznei ein
 - b) sie eine Arznei einnahm
 - c) einnahm sie eine Arznei
16. Dieses Fernsehprogramm ist den Schriftstellern gewidmet, ... Werke in der Schule studiert werden.
- a) denen
 - b) deren
 - c) dessen
17. In diesem Artikel geht ... um den Umweltschutz.
- a) es
 - b) er
 - c) sie
18. Michael hat schon lange Halsschmerzen, aber ...
- a) geht er zum Arzt nicht
 - b) er geht zum Arzt nicht
 - c) er zum Arzt nicht geht
19. Berlin ist eine Stadt, deren ...
- a) wächst Bedeutung von Jahr zu Jahr
 - b) Bedeutung wächst von Jahr zu Jahr
 - c) Bedeutung von Jahr zu Jahr wächst
20. Ich weiß nicht genau, ob ...
- a) er hat immer noch die alte Adresse
 - b) hat er immer noch die alte Adresse
 - c) er immer noch die alte Adresse hat

II. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b) oder c) richtig ist!

1. Meine Heimat ist dort, ... ich mich wohl fühle.

- a) wo; b) was; c) wohin
2. Das, ... für unsere Eltern noch unvorstellbar war, ist für uns Realität geworden.
- a) was; b) wie; c) wann
3. ... ich dreizehn war, zogen meine Eltern nach Moskau.
- a) wenn; b) wann; c) als
4. Heimat ist die Region, ... Sprache ich spreche.
- a) der; b) deren; c) dessen
5. Er will an kleinem Ort leben, ... man Auto nicht fahren kann.
- a) was; b) wohin; c) wo
6. Wir haben natürlich nicht alles geglaubt, ... die Lehrer uns erzählt haben.
- a) was; b) wo; c) wann
7. Fast alles, ... wir in der Schule auswendig lernen mussten, vergaßen wir ganz schnell wieder.
- a) das; b) was; c) wenn
8. Die meisten Studenten wussten nicht, ... der elektrische Widerstand in Ampere oder in Ohm gemessen wird?
- a) dass; b) ob; c) das
9. Ich kaufe am liebsten per Katalog, ... das sehr bequem ist.
- a) weil; b) denn; c) darum
10. Heimat ist der Staat, ... am besten gefällt.
- a) die; b) der; c) den

III. Sie finden unten einen Lesetext. Dieser Text hat 6 Lücken. Setzen Sie aus der Satzliste (A-G) den richtigen Satz für jede Lücke ein. Ein Satz bleibt übrig.

Staatliches Puschkin-Museum der bildenden Künste

1858 regte Professor der Moskauer Universität K. Hertz an, für Lehrzwecke ein Museum mit Gipsabgüssen berühmter Plastiken einzurichten. Der Grundstein zu dem Museum wurde 1898 in der Wolchonka-Straße gelegt. In seinem Entwurf sah der Architekt R. Klein vor, die Räumlichkeiten den Epochen entsprechend auszustatten, aus denen die Skulpturen stammen.

1 _____ .

So sind die Marmorsäulen des Portikus Kopien nach Säulen des altgriechischen Erechtheion (Athen, 421 v. U. Z.). Das Italienische Höfchen ist dem Palazzo del Podesta nachgebaut. Der Eingang in einen der Säle kopiert das Portal des Domes in Freiberg aus dem 13. Jahrhundert usw. Die wissenschaftlichen Arbeiten leitete Professor I. Zwetajew. Er bestellte in den besten Werkstätten Europas Gipsabgüsse weltberühmter Plastiken.

2 _____ . Moskau hatte nun eine der umfassendsten Sammlungen an Kopien der antiken griechischen und römischen sowie der mittelalterlichen und der Renaissance-Plastiken.

Das Museum der bildenden Künste fungierte zunächst als Lehrmuseum unter der Schirmherrschaft der Universität und wurde 1923 als Staatliches Museum dem Volkskommissariat für Bildungswesen übergeben. In den zwanziger Jahren wurde eine Bildergalerie im Museum eingerichtet. 3 _____ . Ende der zwanziger Jahre erhielt das Museum aus den Adelspalästen der Schuwalows, Jussupows und Scheremetews Werke der italienischen Kunst des 18. Jahrhunderts und der französischen Romantiker vom Anfang des 19. Jahrhunderts. Etwas später wurden dem Museum eine Reihe erstklassiger Originale aus der Ermitage übergeben. 4 _____ . Den Namen „Museum der bildenden Künste A. S. Puschkin“ erhielt es 1937.

Aus der Kollektion des aufgelösten Museums für neue westeuropäische Kunst kamen 1948 Gemälde bedeutender französischer Künstler sowie Werke der französischen Plastik aus dem 19.- 20. Jahrhundert ins Puschkin-Museum. 5 _____ . Die Sammlung der altägyptischen Kunst von W. Golenistschew vervollständigte die Bestände des Museums.

6 _____ .

A	So verwandelte es sich aus einer Sammlung von Kopien mehr und mehr in eine Ausstellung von Originalwerken.
B	Das Graphik-Kabinett des Museums hat seine eigene Geschichte.
C	Dazu wurden Details bedeutender Bauwerke der Weltkunst nachgebildet.
D	Sie enthielt anfangs Gemälde holländischer und französischer Meister aus der Tretjakow-Galerie sowie Bilder französischer und flämischer Künstler und Werke Rembrandts aus dem aufgelösten Rumjanzew-Museum.
E	Heute entfaltet sich vor dem Besucher ein Überblick über die Kunstentwicklung des Alten Ägypten im Verlaufe von mehr als drei

	Jahrtausenden.
F	1912 öffnete die Bildungsstätte ihre Pforten.
G	Damit erweiterte sich der zeitliche Rahmen der Sammlung.

Французский язык

1. Donnez une réponse correcte:

1. Je (aller) à la gare.
a) vais b) va c) vas
2. Ce train (aller) à Lyon.
a) vas b) va c) vont
3. Nous (avoir) des parents à Moscou.
a) avons b) avez c) ont
4. Vous (avoir) 5 examens.
a) ont b) avez c) ont avons
5. Je (être) à Paris.
a) suis b) avez c) êtes

6. Il (faire) un exercice.
a) fais b) fait c) font

II. Choisissez la forme correcte au futur simple:

1. Vous (être) en vacances.
a) saurez b) serai c) serez
2. Tu (avoir) des amis.
a) auras b) verras c) seras
3. Les élèves (faire) ce travail.
a) feront b) ferons c) faisons
4. Un jour, tu (devenir) un écrivain célèbre.
a) deviendra b) deviendras c) devras
5. L'enfant (pouvoir) regarder ce film.
a) pleuvra b) pleura c) pourra
6. Vous (recevoir) beaucoup de lettres.
a) recevrez b) recevrai c) verrez

7. Les étudiants (aller) à la campagne.

a) auront b) irons c) iront

III. Employez une préposition:

a) avec b) chez c) sur d) de e) près de f) à

1. Vous intéressez vous ... la peinture ?
2. Nous parlons ... sculpture française.
3. Edith a parlé ... ses amis ... ses parents.
4. Tu dois être ... moi ... midi précis.
5. La grand-mère habite ... sa fille aînée.
6. Le groupe revient ... l'expédition lundi.
7. Assieds-toi ... moi.
8. ... quelle heure y vas-tu ?
9. Je dis ... Pierre de sortir.
10. Il m'invite ... danser.

IV. Employez les adjectifs démonstratifs:

a) ce b) cet c) cette d) ces

1. Admirons ... beau paysage !
2. Je n'aime pas beaucoup ... musique, je préfère le jazz.
3. Regardez ... vêtements ! Ils sont très beaux.
4. Vous ne voulez pas ... gâteaux ? – Non, merci.
5. ... hommes sont déjà partis.
6. ... jeunes filles sont juristes.
7. Dans ... rue, il y a un grand bâtiment.

V. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

Koursk est une ville de Russie dans la région des Terres noires du Centre et la capitale administrative de l'oblast de Koursk, avoisinant l'Ukraine. Sa population s'élevait à 428 741 habitants en 2013 (414 595 hab. en 2010).

Koursk est située à l'ouest de la Russie, sur les rives de la rivière Seïm, un affluent de la Desna, dans le bassin du Dniepr. Elle se trouve à 141 km au sud d'Orel, à 210 km au sud-est de Briansk, à 211 à l'ouest de Voronej et à 461 km au sud/sud-ouest de Moscou.

Koursk est la plus vieille ville de cette région, fondée vers l'an 1000. Elle fut détruite par les Tatars en 1238. Elle accéda au statut de capitale de province en 1797. Elle est aussi la capitale économique, culturelle et administrative de la

région qui porte son nom: l'oblast de Koursk, région que l'on surnomme également la région des terres noires, le tchernoziom.

Vrai ou faux ?

1. Koursk est située à l'est de la Russie.
2. Koursk a été fondé en 1200.
3. Elle fut détruite par les Tatars en 1238.
4. Koursk est la capitale économique de notre pays.

Раздел 9. Страна изучаемого языка.

Лексико-грамматический тест

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

1. Read the text about the English speaking countries. Complete the sentences choosing one of the options.

The popularity of the English language

There are over 300 million people in the world speaking English. English is an official language (along with a few others) in many international organizations, such as UN. This language is a state language in a lot of countries all over the world.

Great Britain

The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland consists of England, Scotland, Wales and Northern Ireland. There are 64 million people in Great Britain whose first language is English (97% of population). London, the capital of Great Britain, is one of the leading global cities. It is the political, economic and cultural centre of the country.

The USA

The history of the USA started with 13 British colonies set along the Atlantic coast. On July, 4, 1776 they proclaimed their independence from Great Britain. Today the country consists of 50 states and the federal District of Columbia, where Washington, the capital of the USA, is located. It is one of the most developed countries in the world, with English being the first language for about 80% of its population.

Canada

The first European colonists came to this country from France. But after that for many years Canada was under British rule until the country gained its independence in the XX century. There are two official languages in Canada. English is the first language for nearly 70% of Canadians. Canada is the second largest country in the world with rich oil, coal and natural gas fields.

Australia

Australia is the only country in the world which occupies the whole continent. The exploration of the continent began in the late XVIII century when the first British colonies were formed. Australia was a place where prisoners were serving their sentences in exile. Today the country is among the most developed countries in the world, with 80% of the population speaking Australian English.

1. Some international organizations choose English as...
 - a) the only official language
 - b) one of the official languages
 - c) the language that people mustn't use during the meetings
2. London is...
 - a) the only big city in the UK
 - b) the city that is exactly in the centre of the UK
 - c) the capital of the UK
3. On July, 4, 1776 the USA...
 - a) became independent
 - b) was divided into 50 states
 - c) became the most developed countries in the world
4. The first European people in Canada were...
 - a) British
 - b) Germans
 - c) French
5. The first British colonies in Australia were formed
 - a) in the seventeenth century
 - b) in the eighteenth century
 - c) in the sixteenth century

2. Are these sentences true or false? Correct the false ones.

1. More than 300 million people in the world speak English.
2. England, Scotland, Wales and Northern Ireland are parts of the European Union.
3. In the USA over 80% of its population speak English.
4. Many years ago Canada was the British colony.
5. Australia was a place where the criminals lived free.

3. Complete the sentences using the Past Perfect tense of the verbs below.

Example: to learn the poem — I went to bed after I had learnt the poem.

to have dinner, to do homework, to come, to read the book, to clean the room, to go shopping, to return from Australia, to finish work

1. I went to see my friend after...
2. I watched TV after...
3. They went home after...
4. He phoned me after...
5. She went to dance after...
6. We wrote a composition after...
7. They rebuilt the house after...

8. We went for a walk after...

4. Say what action was done before. Combine the two sentences into one.

Example: I sent a telegram. Then I met my friend. — I had sent a telegram before I met my friend.

1. The rain stopped. I went for a walk.
2. I did my homework. My mother returned home.
3. We met in the street. We went to the park.
4. They lived here. They moved to another place.
5. I had dinner. I switched on the TV set.
6. He returned home. The guests left.

5. Open the brackets using either Past Simple or Past Perfect.

Example: When my mum ... (appear), my father already ... (start) the car. — When my mum appeared, my father had already started the car.

1. When the police ... (arrive), we already ... (catch) the thief.
2. Jack ... (finish) the test before the bell ... (ring).
3. When Anna ... (come) to say good-night, her children already ... (fall asleep).
4. Scott already ... (prepare) the dinner when her husband ... (get) home from work.
5. When Brad and Susan ... (get married), they ... (know) each other for 3 years.
6. She ... (not enjoy) the film because she ... (read) the book before.

6. Translate from Russian into English.

1. Как только Софи пообедала, она вернулась на работу.
2. К тому времени, как папа пришёл домой, дети уже легли спать.
3. У него болела голова, так как он слушал громкую музыку поздно вечером.
4. Том сказал, что он никогда раньше не встречал Линду.
5. Когда она приехал в Австралию, она поняла, что не взяла с собой купальник.
6. Прежде чем Боб стал учителем, он заботился о своих младших братьях.

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b), c) oder d) richtig ist. Übersetzen Sie die Sätze ins Russische.

1. Er ... fließend spanisch.
a) sprach, b) spricht, c) sprechen
2. Sie ... alle Prüfungen gut.
a) besteht, b) hat bestanden, c) wird bestehen
3. Die Vorlesung in der Geschichte ... mir.
a) gefällt, b) gefiel, c) gefallen
4. Warum ... Peter und Paul zum Unterricht nicht gekommen?
a) haben, b) sind, c) werden

5. Morgen schreiben wir eine Kontrollarbeit. ... du Grammatik wiederholen?
a) werden, b) wirst, c) wurden
6. Sie ist die ... Studentin unserer Gruppe.
a) gute, b) beste, c) bessere
7. Meine Familie ist ... als deine.
a) groß, b) die größte, c) größer
8. Meine Studienkollege sahen sich einen ... Film an.
a) neuen, b) neu, c) neuer
9. Ich bin das ... Kind von vier Geschwistern.
a) alter b) älteste c) älter
10. Mit Zucker und Salz muss man Maß
a) zu halten b) zu haltet c) halten
11. Ich versuche, die Vorlesungen nicht zu versäumen.
a) zu versäumen b) versäumen c) versäumt
12. Er arbeitet schon ... sein eigenes Geld
a) um ... zu verdienen b) um ... verdienen c) verdienen
13. Es ist sehr interessant, sich mit ihm
a) unterhalten b) zu unterhalten c) untergehalten
14. Es ist sehr wichtig, jeden Tag mit einem Frühstück
a) zu begann b) zu beginnen c) beginnen
15. Mein Freund und ich beschlossen in diesem Sommer auf die Krim
a) zu reisen b) reisen c) gereisen
16. Sein Bruder hat die Absicht die Schönheiten der alten Krim
a) kennengelernt b) kennenzulernen c) kennenlernen
17. Er hört im Wald Vogel lustig
a) zwitschern b) zu zwitschern c) gezwitschert
18. Wir beabsichtigen zuerst eine Woche in Jalta
a) zu verbringen b) verbrachte c) verbringen
19. Wir haben den Wunsch, Ende August nach Hause
a) kommen zu zurück b) zurückkommen
c) zurückzukommen
20. Im Sommer geht man bei warmem Wetter oft
a) schwimmen b) geschwimmen c) zu schwimmen
21. Sie hoffen, dort viel Interessantes
a) zu sehen b) sehen c) zu seht.
22. Wir gehen morgen ins Theater, ... das neue Lustspiel zu sehen.
a) statt b) um c) ohne
23. Mein Bruder fährt jeden Sonntag aufs Land, ... sich dort zu erholen.
a) statt b) um c) ohne
24. Der Student beantwortete alle Fragen, ... lange nachzudenken.
a) um b) statt c) ohne
25. Treibe lieber mehr Sport, ... immer zu rauchen!
a) um b) ohne c) statt
26. Wir wollen ins Kino gehen, ... zu Hause zu sitzen.
a) um b) statt c) ohne

27. Ich bin gekommen, ... dir und deinen Verwandten zu helfen.
a) um b) statt c) ohne
28. ... ihr einen Brief zu schicken, riefen wir sie an.
a) um b) statt c) ohne
29. Warum kommst du herein, ... an die Tür zu klopfen?
a) um b) ohne c) statt
30. Meine Freundin will heute zu Hause ..., sie hat viel ...
a) zu bleiben, zu tun b) bleiben, zu tun c) bleiben, tun

II. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text!

Die Stadt Wladimir

Die alten russischen Städte liegen rund um Moskau. Man nennt sie die Städte des "Goldenen Rings". Das sind Jaroslawl, Rostow Welikij, PereslawlSalesski, Wladimir, Sergiew Possad und andere. Diese Städte bilden einen symbolischen "goldenen" Kreis. Die Bezeichnung "Goldener Ring" verweist auf historisch-kulturelle Zusammenhänge zwischen diesen Städten.

Wladimir liegt im Zentrum der Osteuropäischen Ebene am Fluss Kljasma. Die Fläche Wladimirs beträgt 60 km². Wladimir ist eine alte russische Stadt, gehört zum „Goldenen Ring von Russland“ und ist weltbekannt durch seine weißsteinernen Bauten aus dem XII. Jahrhundert.

Die Blütezeit von Wladimir verbindet man mit dem Namen von einem Monomachs Enkel, dem Großfürsten Andrej Bogoljubski. Die Tätigkeit von Andrej Bogoljubski spielte eine wichtige Rolle bei der Bildung der russischen Nation. In der Stadt baute man Kathedralen, Klöster und Fürstenschlösser. Zur Festigung der Rolle seiner Stadt versuchte Andrej eine von Kiew unabhängige Kirche zu gründen, doch dies gelang ihm nicht. Andrej Bogoljubski wurde ermordet.

Das Werk von Andrej setzte sein Bruder Wssewolod fort. Wegen seiner kinderreichen Familie bekam er den Beinamen Großes Nest (BolschojeGnesdo). Doch unter seiner Führung zerfiel das mächtige Wladimirer Reich in mehrere kleine Gebiete.

1238 fiel die Stadt den mongolisch-tatarischen Eroberern zu Opfer. Während der Herrschaft der Goldenen Horde blieb Wladimir das Zentrum der nordöstlichen Rus. 1299 befand sich hier der Sitz des Metropoliten der Rus, und in der Mariä-Entschlafens-Kathedrale wurden die Großfürsten gekrönt.

Wladimir ist ein kulturelles Zentrum. Die Stadt ist an vielen Sehenswürdigkeiten reich. Die wichtigsten Denkmäler der russischen Baukunst liegen auf der Hochebene am Fluss Kljasma. Das Wahrzeichen Wladimirs ist das Goldene Tor. Es wurde 1158 bis 1164 als Hauptzugang zur Stadt errichtet. Zu den

schönsten Sehenswürdigkeiten gehören die Mariä-Entschlafens-Kathedrale und die Demetrios-Kathedrale. Außerdem befinden sich hier zahlreiche Kirchen, Museen, Kulturhäuser, Bibliotheken, 2 Theater, ein Konzertsaal. Wladimir hat eine Universität, eine juristische Hochschule, Fachschulen, Gymnasien, allgemeinbildende Schulen.

Wladimir ist ein wirtschaftliches Zentrum. Die bedeutendsten Industriezweige sind: Maschinenbau, Chemieindustrie, Leichtindustrie, Elektronik und Elektrotechnik. Hier befinden sich verschiedene Betriebe, Fabriken und Werke.

Täglich besuchen viele Touristen diese Stadt. Die Sehenswürdigkeiten von Wladimir machen auf sie einen sehr großen Eindruck. Sie bewundern die weißsteinernen Kathedralen, Kirchen, Museen, und die schöne Umgebung der Stadt.

Markieren Sie bei den Aussagen, ob sie richtig (+) oder falsch (–) sind!

1. Die Bezeichnung “Goldener Ring” verweist auf wirtschaftliche Zusammenhänge zwischen diesen Städten.
2. Wladimir liegt am Fluss Kljasma.
3. Die Stadt ist weltbekannt durch seine malerischen Landschaften.
4. Das Wahrzeichen Wladimirs ist das Brandenburger Tor.
5. Wladimir hat einige Universitäten, eine juristische Hochschule.
6. Die bedeutendsten Industriezweige sind Maschinenbau, Chemieindustrie, Leichtindustrie, Elektronik und Elektrotechnik.
7. Die Sehenswürdigkeiten von Wladimir machen auf die Touristen keinen großen Eindruck.

Французский язык

I. Employez la forme qui convient:

1. Nous recevons certains journaux ...
a)gratuit b)gratuitement
2. Paul était très fatigué et marchait ...
a)lent b) lentement
3. Le vieux monsieur marchait à pas ...
a)lent b)lentement
4. Les gens viennent ... dans ce restaurant.
a)rare b) rarement
5. Il a réalisé un projet ...
a)sérieux b)sérieusement
6. Il a travaillé ...
a)sérieux b)sérieusement

7. Catherine lui a parlé d'un ton ...
a)sec b)sèchement

II. Choisissez la forme correcte

1. Le 22 juin est le jour long de l'année.
a)le plus b) la plus c) plus
2. Au printemps le soleil est chaud qu'en été
a)le moins b) la moins c) moins
3. Moscou est grande ville de notre pays.
a)le plus b) la plus c) plus
4. Février est le mois court de l'année.
a)le plus b) la plus c) plus
5. Je trouve que la réponse de Marie est
a)le meilleur b) la meilleure c) meilleure
6. Paul est énergique que son ami.
a)le moins b) la moins c) moins
7. L'été est la saison chaude.
a)le plus b) la plus c) plus

III. Employez un article:

a) un b) le c) la d) du e) de la

1. Il y a ... thé dans la tasse.
2. Est-ce que tu aimes ... pommes ?
3. Il y a ... lit dans la chambre.
4. Nous écoutons ... musique.
5. Est-ce que tu as ... ordinateur ?
6. Je n' aime pas ... jambon.
7. Mon ami est ... bon géographe.
8. C'est ... femme la plus élégante du monde.

IV. Choisissez la bonne réponse:

1. La France est située ... de l'Europe.
a) à l'ouest b) au nord c) à l'est
2. ... est la plus longue fleuve de la France.
a) la Seine b) la Loire c) la Garonne

3. ... séparent La France de l'Espagne.

a) les Vosges b) Les Alpes c) Les Pyrénées.

4. Le drapeau français est

a) blanc, bleu, rouge b) bleu, rouge, blanc c) bleu, blanc, rouge

5. Le symbole de la France est

a) l'alouette b) le lion c) le coq

6. La France a les contours qui évoquent un

a) rectangulaire b) carré c) hexagone

V. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

La France n'est pas limitée à l'hexagone mais comprend aussi des départements d'outre mer (DOM), des territoires d'outre-mer (TOM) et deux collectivités territoriales. Les DOM et les collectivités sont considérés comme des départements français alors que les TOM sont dirigés par des administrations locales.

Ces anciennes colonies françaises se situent dans l'Atlantique (la Martinique, la Guadeloupe, la Guyane, Saint-Pierre et Miquelon), dans l'Océan Pacifique (la Polynésie française, la Nouvelle-Calédonie, Wallis et Futuna) et dans l'Océan Indien (la Réunion, Mayotte et les terres australes).

Le tourisme, l'agriculture et la pêche en sont les ressources principales. La Martinique et la Nouvelle-Calédonie ont de magnifiques plages de sable blanc. Les lagons, les cocotiers et aussi la musique et la danse attirent les touristes en Polynésie.

A la Réunion il faut voir le piton de la Fournaise, gigantesque volcan qui s'éveille de temps en temps.

Les marchés de la Guadeloupe avec leurs légumes et leurs fruits magnifiques et colorés sont à visiter.

Enfin, la gentillesse et l'hospitalité légendaires des habitants de Saint-Pierre-et-Miquelon est à découvrir...

A. Choisissez une forme correcte:

1. Quelles sont les ressources principales ?

a) le tourisme b) l'industrie lourde c) la pêche

2. Qu'est-ce que attirent les touristes en Polynésie ?

a) la musique b) le climat c) les lagons

3. Qu'est-ce qu'il faut voir à la Réunion ?

B. Choisissez les propositions correctes:

1. Les collectivités territoriales sont dirigées localement.
2. Aucun DOM-TOM ne se trouve dans la Mer Méditerranée.
3. La Nouvelle Calédonie se situe dans l'Océan Indien.
4. Les îles Saint-Pierre-et-Miquelon sont connues pour leur musique et leurs danses.
5. Il y a un célèbre volcan sur l'île de la Réunion.

Раздел 10. Мировая культура.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Read the text about William Shakespeare and fill in the gaps in the following sentences.

William Shakespeare (1564-1616) was one of the greatest and famous writers in human history. He was born in Stratford-on-Avon, a small town in the middle of England. His father wanted his son to be a well-educated person and William was sent to the local grammar school.

Studying at school the boy actually did not have any free time. But he spent his rare spare hours walking in the forest or watching the river Avon.

Those days there were not a lot of theatres in towns and actors and actresses had to travel from one place to another with their shows. Sometimes they visited Stratford-on-Avon. William liked to watch them playing. He got fond of their profession and he decided to become an actor.

He went to London and there he became an actor. At that time he began to write plays too. Shakespeare was at the same time an actor and a playwright. In his works he reflected events of his contemporaries' life. His plays were staged in many theatres, translated into many foreign languages. That made Shakespeare a very popular man.

Most famous of his plays are Othello, King Lear, Hamlet, and Romeo and Juliet. They are still popular and you can watch his plays in almost any country of the world. He produced thirty seven plays at all. He had connections with the best English theatres for about 25 years.

William Shakespeare wrote also a lot of poetry including his unbeaten sonnets. There are numerous songs written with his poems. He is still most often published author of the world and well known among people. We do not know much about his life. We can only guess what kind of man he was analyzing the legends and a few documents of the time.

Shakespeare died in 1616, but millions people today still admire his plays.

1) William Shakespeare was born in _____ .

- 2) Those actors and actresses had to _____ to get some money.
- 3) William Shakespeare became an _____.
- 4) He started to write plays when he lived in _____.
- 5) His plays made him very _____.
- 6) William Shakespeare wrote not only plays but also _____.

2. Answer the following questions using the information from the text.

- 1) Where did William Shakespeare start his education?
- 2) What did William Shakespeare do in his free time when he was a boy?
- 3) What did William Shakespeare showed in his plays?
- 4) What was William Shakespeare when he lived in London?
- 5) How many plays did William Shakespeare write?

3. Open the brackets using Present, Past or Future Simple Passive.

1. The letter (to receive) yesterday.
2. Nick (to send) to Moscow next week.
3. I (to ask) at the lesson yesterday.
4. I (to give) a very interesting book at the library last Friday.
5. Many houses (to build) in our town every year.
6. This work (to do) tomorrow.

4. Open the brackets using Active or Passive Voice.

1. Nobody (to see) him yesterday.
2. The telegram (to receive) tomorrow.
3. He (to give) me this book next week.
4. The answer to this question can (to find) in the encyclopedia.
5. We (to show) the historical monuments of the capital to the delegation.
6. You can (to find) interesting information about the life in the USA in this book.

5. Change these sentences into Passive.

1. I bought milk yesterday.
2. We shall bring the books tomorrow.
3. They are repairing the clock now.
4. They sell bread in this shop.
5. I have translated the whole text.
6. They broke the window last week.

6. Translate the following sentences.

1. Ее отправили в больницу два дня назад.
2. Эту статью должна прочитать вся группа.
3. Тест будет написан на следующей неделе.
4. Это молоко купили только что.
5. Этого студента спрашивают прямо сейчас.
6. Эта мышь была поймана вчера.

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b) oder c) richtig ist!

1. An der Ostsee ... er sich gut
a) werdet / erholt; b) werde / erholte; c) wird / erholen
2. Die Universität, an ... wir studieren, liegt am Bodensee.
a) der; b) die; c) den
3. Anfangs, ... ich nach Deutschland kam, musste ich mich erst an das Essen gewöhnen.
a) wenn; b) als; c) wann
4. Ich habe immer Pech. Jedesmal, ... ich euch besuche, seid ihr nicht zu Hause.
a) wenn; b) als; c) wann
5. In Deutschland ist es üblich, ... man alle Gäste zu einer Hochzeit persönlich einlädt.
a) dass; b) das; c) was
6. Wir können alles tragen, ... uns gefällt.
a) was; b) das; c) dass
7. Ich ... heute sehr früh
a) habe / erwacht; b) bin / erwacht; c) ist / erwacht
8. Wir ... ihm auf der Straße
a) sind / begegnet; b) haben / begegnet; c) ist / begegnet
9. ... meine Freunde sich auf die Prüfung vorbereiteten, verbrachte ich die Tage in Cafes und die Nächte in Bars und Diskotheken.
a) als; b) wenn; c) während
10. Die Frau ... den Stuhl an den Tisch
a) hat / gestellt; b) ist / stellen; c) hat / stellen
11. Früher ... der Teppich in diesem Zimmer

a) ist / gelegen; b) hat / gelegt; c) hat / gelegen

12. Ich möchte in einem Land leben, ... das Klima trocken und warm ist.

a) auf dem; b) in dem; c) in den

13. Der Mann ... hinter dem Haus ...

a) hatte / verschwunden; b) war / verschwunden; c) hatte / verschwundet

14. Ich ... ihn während meiner Studienzeit ... und ... mit ihm lange im Briefwechsel.

a) war/ kennengelernt / stellte; b) hatte / kennengelernt / stand; c) habe/ kennenlernt / stellte

15. Meine Eltern waren noch sehr jung, ... in Berlin geheiratet haben.

a) wenn; b) als; c) während

16. ... Gerda erst seit zwei Monaten ein Auto hat, ist sie schon eine gute Autofahrerin.

a) weil; b) wenn; c) obwohl

17. Ich möchte an einem See wohnen, ... nicht sehr tief ist.

a) der; b) das; c) die

18. Frau Marta ist Stewardess geworden, ... ihre Eltern das nicht wollten.

a) denn; b) obwohl; c) weil

19. ... ich noch Student war, ging ich immer gerne auf Partys.

a) als; b) wenn; c) wann

20. In Deutschland ist es üblich, ... man neuen Gästen das Haus oder die Wohnung zeigt.

a) dass; b) was; c) wenn

21. ... ich mit den Prüfungsvorbereitungen begonnen habe, habe ich mir einen Arbeitsplan gemacht.

a) bevor; b) solange; c) seit

22. Hier siehst du den alten Volkswagen, ... ich gefahren bin.

- a) mit dem; b) in dem; c) mit denen
23. ... die Prüfung vorbei war, habe ich erst einmal Urlaub gemacht.
- a) seit; b) als; c) während
24. Wer zu spät kommt, sollte sich entschuldigen und sagen, ... man nicht früher kommen konnte.
- a) wo; b) warum; c) wann
25. ... ich arbeite, darf mich niemand stören.
- a) als; b) während; c) nachdem
26. Ich konnte doch nicht Musik machen, ... Gerda im gleichen Zimmer schlafen wollte.
- a) als; b) wenn; c) während
27. Du kannst ihm das ja morgen erzählen, ... du mit ihm nach München fährst.
- a) während; b) wenn; c) als
28. Einige Studenten unserer Gruppe wussten nicht, ... der Bundeskanzler vom Volk oder vom Bundestag gewählt?
- a) dass; b) ob ; c) das
29. Ich fahre einen Kleinwagen, ... er weniger Benzin braucht.
- a) obwohl; b) wenn; c) weil
30. Ich möchte in einer Stadt wohnen, ... viele Parks hat.
- a) der; b) in der; c) die

II. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text!

Wirtschaftssystem Deutschlands

Die Bundesrepublik Deutschland ist eine der größten Industrieländer der Welt und steht an der 3. Stelle. Seit dem Ende des 2. Weltkrieges hat sich das Wirtschaftssystem des Landes zu einer sozialen marktwirtschaftlichen Ordnung

mit globaler Steuerung des Wirtschaftsablaufs entwickelt. Das Wirtschaftssystem verbindet die Prinzipien des sozialen Fortschritts mit den freien Initiativen des Einzelnen.

Der Wettbewerb ist die Voraussetzung des Funktionieren des Marktmechanismus. Keine Marktwirtschaft kann es ohne Konkurrenz geben. Das Streben nach Gewinn nennt man als Triebkraft des Marktes. Die Bereiche der bundesdeutschen Wirtschaft, die kleine Gewinne erzielen können, waren nie ganz dem marktwirtschaftlichen System unterworfen. Das sind z. B. der Steinkohlenbergbau, Teile des Verkehrswesens, auch die Landwirtschaft.

Steinkohlenbergbau, Metallurgie, Schiffbau, Maschinenbau, feinmechanische, chemische, elektrotechnische, Verbrauchsgüterindustrie, optische Industrie, Nahrungs- und Genussmittelindustrie sind die bedeutendsten Industriezweige der BRD.

Die Zahl der Betriebe in Deutschland beträgt etwa 52 000. Die meisten Betriebe (über die Hälfte) sind Kleinbetriebe. Sie haben weniger als 50 Beschäftigten. 43% der Betriebe werden als Mittelbetriebe bezeichnet, und etwa 5% der Betriebe sind Großbetriebe. Sie haben mehr als 1000 Beschäftigten. Trotz seiner Zahl spielen die Großunternehmen eine wichtige Rolle.

Die Bundesrepublik hat eine leistungsfähige Landwirtschaft. Brot- und Futtergetreide, Zuckerrüben, Kartoffeln, Gemüse, Obst, Wein sind die bedeutendsten Anbauprodukte. Es gibt auch Schweine- und Rindermästereien, Hühnerfarmen.

Die Fischerei und die Forstwirtschaft, die eine bedeutende Rolle in der Struktur der deutschen Wirtschaft spielen, sind auch sehr entwickelt.

III. Sie finden unten einen Lesetext. Dieser Text hat 8 Lücken. Setzen Sie das passende Wort (A – H) für jede Lücke ein!

Deutschland ist ein multikulturelles _____, in dem Menschen verschiedenster _____ zusammenleben. Das Statistische Bundesamt hat dazu jetzt neue Zahlen vorgelegt: Die Statistiker zählten insgesamt 15,3 Millionen Menschen mit _____. Migrationshintergrund heißt, dass mindestens ein Elternteil _____ ist. Von diesen 15,3 Millionen haben acht Millionen die deutsche _____. Fast 62 Prozent der nach Deutschland _____ kommen nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes aus

Europa. Das wichtigste Herkunftsland ist die Türkei mit einem Anteil von 14,2 Prozent aller Zugewanderten, gefolgt von der Russischen Föderation mit 9,4 Prozent, Polen mit 6,9 Prozent und Italien mit 4,2 Prozent Anteil. Die Statistiken ergaben außerdem, dass viele der in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund geringer qualifiziert sind: So haben fast zehn Prozent keinen _____ – bei den Deutschen ohne Migrationshintergrund sind dies nur 1,5 Prozent. 51 Prozent gegenüber 27 Prozent haben keinen Berufsabschluss. Auch die _____ liegt in der Gruppe mit Migrationshintergrund mit einem Anteil von 13 Prozent gegenüber 7,5 Prozent deutlich höher.

A Schulabschluss

B Land

C Staatsbürgerschaft

D Migrationshintergrund

E Arbeitslosigkeit

F Herkunft

G Zugewanderten

H ausländischer Herkunft

Французский язык

1. *Choisissez la bonne réponse:*

1. L'enfant n'a pas eu de chocolat parce qu'il (casser) le vase.

a) a cassé b) cassait c) avait cassé

2. Je suis fatigué parce que je (faire) du sport pendant une heure.

a) ai fait b) faisais c) avait fait

3. Elle m'a servi la tarte qu'elle (faire) elle-même.

a) a fait b) avait fait c) avait faite

4. François a invité ses amis, mais avant il (ranger) sa chambre.

a) a rangé b) rangeait c) avait rangé

5. Les filles (sortir) souvent.

a) sont sorties b) sortaient c) étaient sorties

6. Bertrand est resté à la maison parce qu'il (être) malade.

a) a été b) était c) avait été

7. Cécile a fait un bon rapport, mais avant elle (aller) à la bibliothèque.

a) est allé b) allait c) était allée

II. Choisissez la forme passive:

1. On vient de vendre cette maison.

a) Cette maison va être vendue.

b) Cette maison vient d'être vendue.

c) Cette maison a été vendue.

2. Les enfants feront la tarte.

a) La tarte sera faite par les enfants.

b) La tarte est faite par les enfants.

c) La tarte avait été faite par les enfants.

3. La lune éclairait la route.

a) La route est éclairée par la lune.

b) La route était éclairée par la lune.

c) La route sera éclairée par la lune.

4. Les policiers ont arrêté le voleur.

a) Le voleur est arrêté par les policiers.

b) Le voleur avait été arrêté par les policiers.

c) Le voleur a été arrêté par les policiers.

5. On va traduire le texte.

a) Le texte va être traduit.

b) Le texte vient d'être traduit.

- c) Le texte sera traduit.
6. La dame avait caché les bijoux.
- a) Les bijoux ont été cachés par la dame.
 - b) Les bijoux sont cachés par la dame.
 - c) Les bijoux avaient été cachés par la dame.
7. Les élèves organisent le concours.
- a) Le concours est organisé par les élèves.
 - b) Le concours sera organisé par les élèves.
 - c) Le concours a été organisé par les élèves.

III. Choisissez la proposition au passé immédiat:

- 1. Он только что вышел.
 - a) Il vient de sortir b) Il est venu b) Il est sorti
- 2. Мы только что просмотрели эту статью.
 - a) Nous avons examiné cet article b) Nous venons d'examiné cet article
 - c) Nous allons examiné cet article
- 3. Они только что станцевали танго.
 - a) Ils ont dansé un tango b) Ils viennent de danser un tango
 - c) Ils dansaient un tango
- 4. Элен только что принесла эту газету.
 - a) Hélène vient d'apporter ce journal b) Hélène a apporté ce journal
 - c) Hélène apporte ce journal
- 5. Тебе только что звонил Жан.
 - a) Jean vient de te téléphoner b) Jean te téléphonait c) Jean t'a téléphoné

IV. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

Beaubourg - le centre national d'art

Le Centre national d'art et de culture Georges Pompidou a été inauguré le 31 janvier 1977. Comme il a été construit sur le plateau Beaubourg, les gens l'appellent les gens l'appellent plus familièrement Beaubourg. Avant même de commencer à fonctionner, le Centre a suscité bien des débats.

Cette immense construction de verre et d'acier ne ressemble pas aux musées classiques. Son architecture est très originale. Les ascenseurs, les escaliers mécaniques sont enfermés dans de grands tubes en couleur qui se trouvent sur la façade du bâtiment. On le compare le plus souvent à une usine pétrochimique, c'est pourquoi il a reçu le surnom de «raffinerie».

Beaubourg compte quatre grands secteurs: la Bibliothèque publique d'information de quatre mille places avec une médiathèque, une salle de spectacles et une cinémathèque, le Musée national d'art moderne, le Centre de création industrielle et l'Institut de recherche musicale.

Le Centre reçoit jusqu'à 10 000 visiteurs par jour, sept jours par semaine, de 10 h du matin à 10 h du soir. Il est devenu non seulement le monument le plus célèbre de Paris, mais une cathédrale de la culture, car il a attiré un public nouveau qui n'allait ni au théâtre, ni dans les musées, ni dans les bibliothèques. Il a ouvert la culture à tous.

Complétez:

1. Les gens appellent le Centre national d'art et de culture Georges Pompidou....
2. Le Centre national d'art et de culture Georges Pompidou ne ressemble pas
3. On compare le Centre
4. Le Centre attire un public nouveau qui...

Раздел 11. Туризм расширяет границы.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Read the texts and write if the following sentences are true or false. Correct the false ones.

WINTER VACATIONS: COLD PLACES THAT WILL WARM YOUR HEART
Planning a winter get away? Click through for some options for holiday destinations across the globe that will melt your heart despite the freezing chill in the air.

PARIS, FRANCE

The world's most romantic destination is perfect for a getaway during the winter. Enjoy the vibrant festivities in the French capital while tasting Parisian specialties like Ladurée macaroons and wines.

MUNICH, GERMANY

Munich has something for everyone when it comes to the winter. The city, which is about an hour away from some of the best winter sports resorts in the Alps, offers exciting activities such as sledding skating. For people who like staying indoors, there are plenty of options, including concerts in palaces and museums.

PRAGUE, CZECH REPUBLIC

Prague looks incredibly picturesque during the winter, making it an ideal holiday destination for those who love snow and natural beauty. The Charles Bridge, an iconic landmark in Prague, looks particularly stunning when covered in snow. Apart from all its physical and natural beauty, Prague has some great restaurants and pubs, which ensure that tourists have a good time.

VIENNA, AUSTRIA

Winter is a magical time to visit Vienna, the capital of Austria. Escape the cold in the city's various coffee houses, enjoy an opera or ballet performance at the State Opera or enjoy the city's nightlife.

BUDAPEST, HUNGARY

Budapest is the perfect place to spend a long winter weekend. The city is known for its thermal baths, trendy pubs, operas and theatre performances.

1. Prague is the destination of the world's romantics.
2. Being in Paris, you can enjoy such specialties as bacon and eggs and fish and chips.
3. It will take you about an hour to get from Munich to the sport resort in the Alps.
4. You can enjoy art galleries and famous theatres in Munich if you prefer staying indoors.
5. The Charles Bridge is amazing in winter.
6. There are some great restaurants and pubs in Prague.
7. You can enjoy a ballet or an opera at the State Opera in Budapest.

2. Put the verbs in brackets into the right forms. Use Conditional I.

1. If Peter _____ (come) to my place, we _____ (go) to play in the yard.
2. If Peter _____ (not come) to my place, I _____ (watch) TV.
3. If Frank's parents _____ (have) their holidays in summer, they _____ (go) to the seaside.
4. If they _____ (have) their holidays in winter, they _____ (stay) at home.
5. If the fog _____ (thicken), Harold _____ (put up) the tent for the night
6. When I _____ (finish) my work, I _____ (go) to the cinema.
7. We _____ (buy) this book as soon as our mother _____ (give) us some money.
8. When we _____ (come) to your place you _____ (show) us your present.

3. Write a sentence with *if*.. for each situation. Use Conditional II.

1. We don't see you very often because you live so far away.
If you didn't live so far away, we'd see you more often
2. This book is too expensive, so I'm not going to buy it.
3. We don't go out very often - we can't afford it.

4. I can't meet you tomorrow - I have to work late.
5. It's raining, so we can't have lunch outside.
6. I don't want his advice, and that's why I'm not going to ask for it.

4. Write your own sentences beginning *I wish...* .

1. (somewhere you'd like to be now - on the beach, in New York, in bed etc.)
2. (something you'd like to have - a computer, a job, lots of money etc.)
3. (something you'd like to be able to do -sing, speak a language, fly etc.)
4. (something you'd like to be - beautiful, strong, rich etc.)

5. For each situation, write a sentence beginning with *if*.

1. I wasn't hungry, so I didn't eat anything.
If I had been hungry, I would have eaten something.
2. The accident happened because the road was icy.
3. I didn't know that Joe had to get up early, so I didn't wake him up.
4. You didn't have any breakfast - that's why you are hungry now.
5. I didn't get a taxi because I didn't have any money.

6. Translate from Russian into English.

1. В прошлом году мой папа ездил в командировку за границу.
2. Если я поеду в Рим, то буду наслаждаться просмотром достопримечательностей и фотографированием.
3. Если Вы любите путешествовать самостоятельно (on your own), то можете взять напрокат автомобиль.
4. Обычно я езжу в университет на автобусе, но сегодня я шел пешком.
5. Обслуживание номеров в этом отеле прекрасное.
6. -Зачем ты берешь солнцезащитный крем и очки? - В горах тоже может ярко светить солнце.
7. Заядлым любителям путешествий тяжело приспосабливаться к обычной жизни.

Немецкий язык

1. Bitte finden Sie die richtige Variante und markieren Sie auf dem Testblatt, ob die Lösung a), b) oder c) richtig ist!

1. Diese Studentin wusste nicht, ... „Aida“ von Verdi oder von Puccini geschrieben wurde.

a) ob; b) dass; c) was

2. Mir gefallen die Bilder von diesem Künstler, ... Ausstellung in der Kunstgalerie war.

a) deren; b) dessen; c) den

3. ... er einen Computer hat, interessierter sich für nichts anderes mehr.
a) sobald; b) als; c) seitdem
4. Herr Schmidt sucht eine andere Stelle, ... er mehr Geld verdienen will.
a) denn; b) da; c) weil
5. Morgen schreiben wir einen Test in Geschichte. Weißt du noch ... wir dafür lernen sollen?
a) wie; b) welcher; c) was
6. Mich interessiert die Frage, ... die ersten Menschen gelebt haben. Wahrscheinlich war es in Ostafrika, aber ganz sicher weiß man es nicht.
a) was; b) wo; c) wann
7. Weißt du noch, ... Julius Cäsar getötet hat? – Ja, das war Brutus.
a) wie; b) wer; c) warum
8. Der Schauspieler, ... in vielen Krimis gespielt hat, ist sehr bekannt.
a) das; b) der; c) den
9. ... der junge Faraday in der Buchhandlung arbeitete, las er alle wissenschaftlichen Bücher, die ihm hier in der Hand kamen.
a) wenn; b) während; c) als
10. Wir haben die ganze Nacht gefroren, ... es in der Jugendherberge sehr kalt war.
a) da; b) als; c) weil
11. Der Schriftsteller, über ... Werke heute so viel gesprochen wird, lebt in seiner Heimatstadt.
a) denen; b) deren; c) dessen

II. Test zum Thema „Deutschland“

1. Das Wort „die Deutschen“ bedeutet ...
a) die Germanen; b) das Volk; c) das Bundesland
2. Die Fläche von Deutschland beträgt ... Quadratkilometer.
a) 357 000; b) 82 000; c) 50 000
3. Deutschland zählt rund ... Einwohner.
a) 10 Millionen; b) 50 Millionen; c) 80 Millionen

4. Der höchste Berg ist ...
 - a) der Brocken; b) die Zugspitze; c) der Schwarzwald
5. Der größte See Deutschlands ist ...
 - a) der Bodensee; b) die Müritz; c) der Ammersee
6. „Gartenstadt“ nennt man oft die Stadt ...
 - a) Erfurt; b) Weimar; c) Hamburg
7. In Berlin leben fast ... Einwohner.
 - a) 15 Millionen; b) 3,4 Millionen; c) 5 Millionen
8. Die BRD besteht aus ... Bundesländern.
 - a) 10; b) 15; c) 16
9. Das Schiller-Theater befindet sich in ...
 - a) Bonn; b) Augsburg; c) Berlin
10. „Ku-Damm“ ist ...
 - a) eine schöne Kirche; b) das größte Berliner Museum;
c) eine der beliebtesten Straßen der Berliner
11. Das Parlament Deutschlands heißt ...
 - a) der Bundestag; b) die Bundesregierung; c) der Nationalrat
12. Die Wiedervereinigung der deutschen Staaten geschah ...
 - a) 1990; b) 1949; c) 1945
13. Man feiert den Tag der Deutschen Einheit ...
 - a) am 3. Oktober; b) am 12. Dezember; c) am 12. Juni
14. Die weltberühmte Gemäldegalerie befindet sich in ...
 - a) Berlin; b) Dresden; c) Weimar
15. Man feiert Weihnachten in Deutschland am ...
 - a) 6. Januar; b) 6. Dezember; c) 25. Dezember
16. Die drittälteste Hochschule in der BRD ist ...
 - a) die Humboldt-Universität; b) die Universität Bonn;
c) die Universität Heidelberg
17. Der Rhein wird im Volk ... genannt.
 - a) „Großvater Rhein“; b) „Mutter Rhein“; c) „Vater Rhein“
18. „Das Wintermärchen“ wurde von ... geschaffen.
 - a) H. Heine; b) J. W. Goethe; c) F. Schiller
19. Das Wahrzeichen von Berlin ist ...

- a) die Humboldt-Universität; b) Siemens; c) das Brandenburger Tor
20. Unter den Linden ist ...
- a) eine der schönsten Straßen Berlins; b) der größte Park Berlins;
c) das bekannteste Buch
21. In Berlin befindet sich ...
- a) Museum Ludwig; b) das Römisch-Germanische Museum;
c) das Pergamonmuseum
22. Nach dem zweiten Weltkrieg wurde Berlin in ... geteilt.
- a) Nord-Berlin und Süd-Berlin; b) 3 Sektoren; c) West-Berlin und Ost-Berlin
23. Die Berliner Mauer fiel ...
- a) 1949; b) 1989; c) 1995
24. Die Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche liegt ...
- a) in der Straße Unter den Linden; b) am Kurfürstendamm;
c) in der Blumenstraße
25. Das Wappentier Berlins ist ...
- a) der Hase; b) der Löwe; c) der Bär
26. Berlin liegt ...
- a) am Rhein; b) an der Oder; c) an der Spree
27. Die berühmte deutsche Messestadt ist ...
- a) Magdeburg; b) Bonn; c) Leipzig
28. Der berühmte Platz in Berlin heißt ...
- a) der Alexanderplatz; b) der Rote Platz; c) der Marktplatz

III. Leseverstehen

Lesen Sie den folgenden Text!

Wolfgang Amadeus Mozart

Wolfgang Amadeus Mozart wurde am 27. Januar 1756 in Salzburg geboren. Sein Vater war Kapellmeister. Der kleine Mozart war musikalisch begabt. Mit 3 Jahren versuchte er selbst nach Gehör Klavier zu spielen, mit 5 Jahren komponierte er kleine Musikstücke. Der Vater gab ihm und seiner Schwester Musikunterricht. Er war auf seine Kinder stolz und wollte, daß sie in den Hofkonzerten spielen.

Seit 1762 begannen sie in Europa Konzerte zu geben. Das Publikum war von den Wunderkindern begeistert. Mozart mußte schwierige Konzerte vom Blatt

spielen. Seine Kompositionen wurden gedruckt vier Sonaten für Klavier und Violine.

Der Vater wollte mit dem jungen Wolfgang nach Italien fahren, damit der Sohn die italienische Musik studierte. Der 15 jährige Mozart bestand die schwere Prüfung in die Academia.

Nach der Rückkehr nach Salzburg komponierte er Musik für die Kirche und für Hofkonzerte. Aber er wollte kein Hofmusiker sein. Seine Musik begeisterte Kaiser und Könige, trotzdem blieb Mozart ein freischaffender Musiker.

Mozart träumte, eine deutsche Oper zu komponieren. Auf den deutschen Opernbühnen gab man in dieser Zeit nur die italienische Oper. Zu den ersten deutschen Nationalopern gehört die Oper „Zauberflöte“ von Mozart.

1791 ist der Komponist gestorben. Es gibt eine Meinung, dass Mozart von Salieri (einem italienischen Komponisten) vergiftet wurde. Einige Historiker versuchen diese Version zu beweisen, die anderen nennen sie eine Legende. Man hat noch nicht festgestellt, was wahr ist. Alexander Puschkin hat diese Fabel seinem Werk „Mozart und Salieri“ zu Grunde gelegt.

Markieren Sie die Sätze, die richtig den Inhalt des Textes übergeben!

1. Mozart wurde am 27. Januar 1756 in Österreich geboren.
2. Mit 3 Jahren versuchte der kleine Mozart selbst nach Gehör Klavier zu spielen.
3. Der Vater gab seinem Sohn und seiner Tochter Musikunterricht.
4. Mozart wollte Hofmusiker sein.
5. Mozart träumte, eine italienische Oper zu komponieren.

Французский язык

I. Dites au passé composé:

1. Maman (faire) la tarte aux pommes.
a) a fait b) a faite c) est faite
2. Mes parents (partir).
a) est parti b) sont parties c) sont partis
3. Elle les (ouvrir).
a) a ouvert b) a ouverte c) a ouverts
4. Monique (prendre) ses valises.
a) a pris b) a prises c) est prise

5. Ta sœur (venir) me voir.
a) est venu b) est venue c) sont venues
6. Nous (descendre) dans ce village.
a) avons descendu b) avons descendus c) sommes descendus
7. L'enfant (vouloir) une pomme.
a) a vu b) a voulu c) a lu
8. Elle leur (montrer) cette photo.
a) est monté b) a montrés c) a montré

II. Donnez une réponse correcte::

- a) vos b) leurs c) nos d) mes e) ton
1. Parle à ... frère cadet !
2. Je téléphone à ... amis.
3. Nous arriverons avec ... femmes.
4. Ils parles de ... études.
5. Elles écrives à ... parents.
6. Corrigez ... fautes !

III. Employez le futur simple:

1. Vous (être) en vacances.
a) saurez b) serai c) serez
2. Tu (avoir) des amis.
a) auras b) verras c) seras
3. Les élèves (faire) ce travail.
a) feront b) ferons c) faisons
4. Un jour, tu (devenir) un écrivain célèbre.
a) deviendra b) deviendras c) devras

5. L'enfant (pouvoir) regarder ce film.

a) pleuvra b) pleura c) pourra

6. Vous (recevoir) beaucoup de lettres.

a) recevrez b) recevrai c) verrez

7. Les étudiants (aller) à la campagne.

a) auront b) irons c) iront

IV. Employez les prépositions:

b) avec b) chez c) sur d) de e) près de f) à

1. Vous intéressez vous ... la peinture ?

2. Nous parlons ... sculpture française.

3. Edith a parlé ... ses amis ... ses parents.

4. Tu dois être ... moi ... midi précis.

5. La grand-mère habite ... sa fille aînée.

6. Le groupe revient ... l'expédition lundi.

7. Assieds-toi ... moi.

8. ... quelle heure y vas-tu ?

9. Je dis ... Pierre de sortir.

10. Il m'invite ... danser.

V. Employez les adjectifs démonstratifs:

a) ce b) cet c) cette d) ces

1. Admirons ... beau paysage !

2. Je n'aime pas beaucoup ... musique, je préfère le jazz.

3. Regardez ... vêtements ! Ils sont très beaux.

4. Vous ne voulez pas ... gâteaux ? – Non, merci.

5. ... hommes sont déjà partis.

6. ... jeunes filles sont juristes.

7. Dans ... rue, il y a un grand bâtiment.

VI. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte.

Le voyage en avion

Pour voyager en avion, il faut prendre un billet. Il vaut mieux faire une réservation. Voyager en première classe est plus cher qu'en classe économique, mais le service est beaucoup mieux. Avant le départ, on a quelques formalités à effectuer. Tout d'abord, il faut se présenter à l'enregistrement une heure avant le décollage. A l'enregistrement, on fait peser et enregistrer ses bagages. Ensuite, on passe le contrôle de sécurité, le contrôle des passeports et on attend l'embarquement. Quand on embarque dans l'avion, l'hôtesse de l'air demande d'attacher les ceintures et l'avion décolle d'une piste de décollage. L'avion prend de l'altitude. Pendant le vol, les hôtesses de l'air offrent des boissons aux passagers. On peut lire ou bien regarder par le hublot. L'avion atterrit sur une piste d'atterrissage. Quand on arrive dans un pays, on passe la douane. Le douanier demande « Rien à déclarer ? » et il inspecte les bagages. Le voyage en avion peut être agréable ou pénible. Mais voyager en avion, c'est très pratique et rapide.

Vrai ou faux ?

1. Pour voyager en avion, il faut prendre un ticket.
2. En première classe, le service est beaucoup mieux qu'en classe économique.
3. Il faut se présenter à l'enregistrement un quart d'heure avant le décollage.
4. Dans l'avion, il est interdit de regarder par le hublot.
5. Quand on arrive dans un pays, on passe la douane.
6. Les hôtesses de l'air inspectent les bagages.

Choisissez la bonne réponse:

1. Je prends un billet d'avion/un ticket d'avion.
2. Il n'y a pas de vol droit/direct.
3. L'avion décolle d'une piste d'atterrissage/d'une piste de décollage.

Раздел. 12. Выбор профессии.

Лексико-грамматический тест

Английский язык

1. Complete the sentences with the correct words.

1. One of the most difficult problems a young person faces is deciding what to do about _____.
2. Choosing _____ takes time and there are a lot of things you have to think about.
3. You may find that you will have to take special courses _____ a particular kind of work.
4. The resume begins with _____ centered at the top page.
5. This _____ should be well thought out from the very beginning since it will _____ the way you will write the rest of the resume.
6. The process of finding people for particular jobs is _____.
7. Outside specialists called _____ may be called to _____ people for very important jobs.

2. Put the words in the correct order to make sentences.

- a. are, for, a, you, decision, decision, and, of, your, fortunately, lot, making, in, there, to, people, help, can, advice, turn.
- b. friends, ideas, your, listen, offer, you, suggestions, to, can, and, over, and, also, to, with, are, who, family, ready, always, talk, members.
- c. long, knitting, for, a, evening, is, winter, useful, occupation.
- d. working, the, profession, that, you, is, your, life, part, working, your, of, spend.
- e. publications, in, solid, expensive, place, companies, prestigious
- f. not, job, list, the, who, qualification, at, you, least, for, two, your, people, to, describe, can, related.
- g. why, a, he, covering, right, made, his, why, he, person, is, sending, it, CV, in, job, and, for, an, he, application, wanted, the, and, the, letter, explaining

3. Match the following words and their meanings

recruitment	a person not related to a candidate, who can describe his\her qualification for the job
headhunting	assessing one's intelligence and personality.
CV	explanation why a person wants the job and why he\she is the right person for it.
covering letter	the list of the universities, institutes,

	colleges one has attended
psychometric tests	the process of finding people for particular jobs
education	the "story" of one's working life
referee	persuading them to leave the organizations they already work in

4. Find the skills suitable for the following jobs.

accountant	making decisions
manager	analyzing
social worker	speaking
journalist	supervising
senior executive	helping people
interpreter	interviewing
florist	decorating

5. Tick whether the underlined verbs are right. Correct those which are wrong.

Examples: I don't go there often.

RIGHT

Please don't interrupt. He talks sense.

WRONG - is talking

- Look! Someone is coming up to the back door. _____
- Do you talk about my book? I hope you like it. _____
- Are you believing in ghosts? _____
- Listen! Somebody tries to start the car. _____
- He always goes there in the springtime. _____
- I'm thinking he is a good chap. _____
- The people are worried that the traffic is increasing. _____
- We're usually going to Hampton by train. _____

6. Put the verb into the correct form, the Present Continuous or the Present Simple.

- These things _____ (not/belong) to my parents.
- Look! He _____ (come). I (want) to speak to him.
- This stream _____ (flow) to the lake at the bottom of the valley.
- Today the river _____ (flow) much faster than usual.
- _____ (it/ever/rain) on Madeira?
- They usually _____ (grow) vegetables in their garden but this year they _____ (not/grow) any.
- A: Can you ride a bicycle?
B: No, but I _____ (learn). My brother _____ (teach) me.
- You can borrow my dictionary. I _____ (not/need) it at the moment.
- I usually _____ (enjoy) music but I _____ (not/enjoy) this record very much.

10. I _____ (not/believe) this man's story.
11. My brother _____ (live) in Cardiff. He has always lived in Wales. Where _____ (your sister/live)?
12. Elaine is in England now. She _____ (stay) with some friends.
13. She _____ (look for) a new flat at the moment.
14. A: What _____ (your husband/do)?
B: He's a broker but he _____ (not/work) at the moment.

Немецкий язык

I. Bitte finden Sie die Sätze in Passiv!

1. Die Röntgenstrahlen waren im Jahre 1895 von Wilhelm Röntgen entdeckt worden.
2. Die Plätze in der ersten Reihe werden stets von Ehrengästen eingenommen.
3. Heinrich Schliemann hat die Goldschätze von Troja dem Berliner Pergamonmuseum geschenkt.
4. Dieses Fernsehprogramm ist den Schriftstellern gewidmet, deren Werke in der Schule studiert werden.
5. Die Berliner haben den Alexanderplatz zu einer Fußgängerzone gemacht.
6. Man wird diese Buchausstellung in München besuchen.
7. Der Student wird von seinem Professor gelobt.
8. 1969 hatten die Deutschen Willy Brand zum Bundeskanzler gewählt.
9. Diese Zeitschrift wird gern gelesen.
10. Man wird sie über alle Fragen ausführlich informieren.
11. Der Artikel ist schon veröffentlicht, sie können ihn in der heutigen Zeitung lesen.
12. Mein Freund wird die Fahrkarten am nächsten Monat bestellen.
13. Albrecht Dürer hatte mehr als 1000 Zeichnungen geschaffen.
14. Bereitet euch gut auf die Kontrollarbeit vor, sie wird morgen geschrieben.
15. Alle unbekannten Wörter kannst du im Wörterbuch nachschlagen, der Text wird zu Hause ins Deutsche übersetzt.
16. Die Touristen haben viele Burgen am Rhein besucht.
17. Man hat den Kölner Dom fast sechs Jahrhunderte gebaut.

18. Dieses Auto ist in Deutschland hergestellt worden.
19. Dieser Dichter war zur Internationalkonferenz eingeladen worden.
20. Die Geburtstagstorte wird von der Mutter morgen gebacken werden.
21. Der Test ist von den Studenten gestern gut geschrieben worden.
22. Vor zwei Monaten war mein Plan endlich erfüllt worden.
23. Die Werke von Bertold Brecht waren in Moskau vielmals herausgegeben worden.
24. Diese Konferenz wird Anfang Dezember an der Berliner Humboldt-Universität durchführen.
25. Der Tuberkelbazillus wurde von Robert Koch entdeckt.
26. Der Test zum Thema „Passiv“ wird morgen im Unterricht gemacht werden.
27. Mein Bruder hat zu seiner Geburtstagsparty viele Freunde eingeladen.
28. Der bekannte deutsche Schriftsteller Günter Grass war 1999 mit dem Nobelpreis ausgezeichnet worden.
29. J. W. Goethe hatte sein berühmtes Werk „Faust“ im Jahre 1831 beendet.
30. Die Baubrigade hat dieses Hochhaus vor 5 Monaten fertiggebaut.

II. Leseverstehen.

Lesen Sie zuerst den folgenden Text!

Reisen

Verreisen muss sein, davon sind die meisten Deutschen überzeugt. Und sie reisen für ihr Leben so gern, dass sie den Weltrekord mit Millionen Reisen jährlich aufgestellt haben.

Fest steht nur der Reisetrend: immer weiter, öfter und besser muss es sein. Nur ein Drittel der deutschen Urlauber nimmt vorlieb mit dem Heimatland. Für sie hat ein Urlaub am Bodensee oder in Berlin seine Vorteile: soziale Sicherheit, deutsche Tageszeitungen, keine Sprachbarrieren.

Die Deutsche Jugend hat andere Meinung. Sie ist immer in Bewegung. Besonders hat sie eine Clubreise gern. Während einer Clubreise kann man viele verschiedene Sportarten lernen, z. B. Windsurfen, Segeln, Golf. Und hier ist das große Plus: alles ist im Preis inklusive. Man kann also für die Trainerstunden und für das Ausleihen der Sportgeräte etwas bezahlen.

Aber manche suchen gerade die Möglichkeit, das Land und seine Menschen näher kennenzulernen. Man kann einen Erholungsurlaub und eine Bildungsreise so einfach mit einander verbinden. Alle Familienmitglieder reisen zusammen sehr

gern. Sie freuen dann auf Urlaub. Es gibt viele Möglichkeiten, wie man das Reiseziel erreichen kann. Die Leute können verschiedene Verkehrsmittel benutzen: Autos, Motorräder, Fahrräder, Busse, Züge.

Eine spezielle Reisemethode ist Reisen per Anhalter. Diese Reisenden sind junge Leute, die nicht so reich sind, wenig Geld haben und die keine Angst haben zu riskieren. Junge Leute reisen vor allem wegen ihrer Bildung, der Festigung von Sprachkenntnissen und oft auch wegen der Unterhaltung und des Abenteuer.

Aber um eine gute Reise zu haben, ist es nicht genug ein Reiseziel zu wählen. Richtig Packen ist auch wichtig. Es gibt einige Tricks beim Packen, die man befolgen muss. Z.B. ist es nützlich eine Liste der Sachen, die Sie mitnehmen wollen, zu schreiben. Dann kann man kontrollieren, ob man alle eingepackt hat oder nicht.

Der zweite Trick ist die richtige Wahl der Koffergröße für die Reise. Ein großer Koffer ist schwerer zu schleppen als zwei mittelgroße, auf die das Gewicht gleichmäßig verteilt ist. Also um richtig zu packen, muss man die Sachen nach Gewicht schichten. Schwere Sachen wie Schuhe, Bücher werden auf dem Boden des Koffers gelegt, und die empfindlichen Sachen, die leicht Falten bekommen, werden nach oben gelegt. Dann können Sie ruhig ihre Reise zu machen.

1. Markieren Sie, welchen Satz dem Inhalt des Textes nicht passt!

- a) Manche Leute suchen gerade die Möglichkeit, das Land und seine Menschen näher kennenzulernen.
- b) Junge Leute reisen vor allem wegen ihrer Bildung, der Festigung von Sprachkenntnissen und oft auch wegen der Unterhaltung und des Abenteuer.
- c) Es ist ja eine Pflicht, dass auch wirklich immer ein Lehrer oder Professor mitgehen muss.

2. Vollenden Sie den Satz und markieren Sie dann den Buchstaben für die richtige Variante!

Während einer Clubreise kann man ...

- a) viele verschiedene Sportarten lernen, z. B. Windsurfen, Segeln, Golf.
- b) sich weiterbilden und die Welt erforschen.
- c) alleine reisen und die Welt erforschen.

3. Markieren Sie den Buchstaben für die richtige Antwort. Es gibt nur einen richtigen Satz.

Wer reist per Anhalter?

- a) Das sind alte Leute, Familien mit Babys.
- b) Das sind junge Leute, die nicht so reich sind, wenig Geld haben und die keine Angst haben zu riskieren.
- c) Das sind die Reisenden, die reich sind und an Geld nicht sparen.

Французский язык

I. Ajoutez les mots:

1. La question de la future inquiète de plus en plus de gens depuis l'enfance.
2. Ma mère travaille comme ...
3. J'aime beaucoup le métier de ...
4. Il n'a pas encore choisi sa profession.
5. Je trouve ... très original et très intéressant.
6. C'est a beaucoup de perspectives.
7. J'aime dessiner, alors le plus probable je serai ...
8. Elle rêve de devenir...
9. Si j'ai de mauvaises notes à ..., alors je n'entrerais pas à
10. Ma sœur aînée fait déjà ses études à la faculté

II. Employez le verbe:

1. Du matin jusqu'au soir, je (lire) les livres et je (répéter) les matériels didactiques.
2. Mes parents (être) contre ce métier.
3. Je (savoir) bien ce que je veux faire.
4. Il (vouloir) devenir professeur de français.
5. Les études universitaires en Russie (durer) ... ans.
6. Après les examens de la fin d'études vous (recevoir) un diplôme.

III. Lisez le texte et faites les devoirs après le texte:

En terminant l'Université nous passons à l'affirmation de soi-même dans la vie. Parmi les jeunes les uns font leur propre choix, tandis que les autres suivent les conseils de leurs parents. Mais quels sont les critères essentiels pour le choix de notre future profession? Avant tout elle doit nous intéresser. Une occupation que nous aimons bien est une des composantes de la vie heureuse. Il ne faut pas oublier qu'il est nécessaire de gagner la vie. Le travail formidable ne sera pas satisfaisant pour vous si vous avez faim. De plus nous devons nous rendre compte des problèmes actuels du chômage et notre choix doit nous permettre d'être plus ou

moins facilement embauché. Il y a une aspiration individuelle, une sympathie envers une profession. Quand à moi, c'est le deuxième facteur qui est décisif parce qu'il est impossible de bien faire son travail si tu ne l'aimes pas même s'il est prestigieux.

Vrai ou faux ?

1. Les jeunes font leur choix de la profession suivent les conseils de leurs parents.
2. Notre future profession doit nous intéresser.
3. Une occupation que nous n'aimons pas est une des composantes de la vie heureuse.
4. En terminant l'Université nous ne savons pas qu'est-ce qu'il faut faire.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Опишите современные тенденции развития семьи в России и странах изучаемого языка. Сформулируйте свою формулу «идеальной семьи».
2. Расскажите, что для Вас значит «здоровый образ жизни». Обсудите какую роль здоровое питание играет в нашей жизни.
3. Подготовьте перечень вопросов для проведения социологического исследования на тему «Экстремальные виды спорта». Проведите опрос в группе и обсудите его результаты.
4. Воспользуйтесь Интернет ресурсами и составьте перечень наиболее престижных университетов мира. Подготовьте свои рекомендации для абитуриентов по выбору высшего учебного заведения.
5. Проведите сравнительный анализ систем высшего образования в странах изучаемого языка, выделите базовые сходства и отличия. Обсудите полученную информацию в группе.
6. Проанализируйте экологические проблемы больших городов. Предложите наиболее эффективные пути их разрешения. Обсудите свои идеи в группе.

7. Опишите основные стереотипы о России, сложившиеся у представителей разных стран мира. Подготовьте проект «Добро пожаловать в незнакомую Россию».
8. Составьте перечень достопримечательностей Вашего родного города. Подготовьте экскурсионную программу для гостей Вашего родного города.
9. Какую из стран изучаемого языка Вы бы хотели посетить и почему?
10. Какие на Ваш взгляд существуют сложности в работе режиссера. Опишите самые значимые этапы создания фильма. В чем на Ваш взгляд заключается секрет успеха фильма?
11. Обсудите самые необычные маршруты путешествий. А Вы готовы отправиться на необитаемый остров?
12. В чем на Ваш взгляд заключается сложность выбора будущей профессии? Какие навыки и умения являются самыми важными для Вашей будущей профессиональной деятельности?

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Информационные агентства

Перечень компетенций:

ОПК-2: способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа

ОПК-15: способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика)

Указанные компетенции проверяет следующий тест:

Раздел 1. История возникновения информационных агентств

1. С какой необходимостью было связано появление информационных агентств во второй трети XIX века?

- а) избегание налогов;
- б) оперативность;
- в) журналистское образование;
- г) отсутствие печатной техники;

2. Какой период характеризуется особым влиянием финансовых кризисов на работу информационных агентств?

- а) 1998-1999 гг.;
- б) 1919-1939 гг.;
- в) 70-е годы XIX века – 1919 г.;
- г) 1830-1860-е гг.;

3. Обозначьте правильное утверждение:

- а) в ряде европейских стран информационные агентства получают налоговые льготы;
- б) ни в одной европейской стране информационные агентства не получают налоговые льготы;

в) в ряде европейских стран информационные агентства стали получать налоговые льготы только в последние 5 лет;

г) в ряде европейских стран получают налоговые льготы только частные информационные агентства;

4. Вставьте нужную дату: Первое информационное агентство Италии «Стефании» появилось в ... году.

а) 2004;

б) 1957;

в) 1857;

г) 1789;

5. Какая из причин НЕ является таковой, когда речь идет о появлении региональных информационных агентств?

а) расовая;

б) культурная;

в) историческая;

г) политическая;

6. Какое агентство НЕ относится к наднациональным региональным информационным агентствам?

а) ОАНА;

б) ПАНА;

в) ФАНА;

г) ПЛ;

7. Выделите правильное утверждение.

а) национальные информационные агентства не испытывают давление глобализационных процессов;

б) крупное информационное агентство — прибыльная организация;

в) агентство «Рейтер» — открытое акционерное общество;

г) агентство «Рейтер» — закрытое акционерное общество;

Ключи к тестовому заданию. № вопр ответ 1 б 2 б 3 а 4 в 5 а 6 г 7 в
Шкала оценивания (0-5 баллов) «0-2 балла» — 60% и менее «3 балла» — 61-80% «4 балла» — 81-90% «5 баллов» — 91-100%

Раздел 2. Информационные агентства как основной сегмент СМИ

Тест

Сам факт появления информационных агентств связан с

а) необходимости привнесения в журналистику большей технологической свободы.

б) необходимости привнесения в журналистику большей личной свободы мнений;

в) необходимости привнесения в журналистику большей свободы;

г) необходимости привнесения в журналистику большей информативности.

2. Появление информационных агентств придало большее ускорение

процессу...

- а) развитию техники;
- б) коммерциализации новостей; в) обновления новостных лент; г) развитию личностного начала в журналистике;

3. Появление первых информационных агентств сыграло огромную роль в популяризации ... передачи информации.

- а) телеграфной;
- б) телевизионной;
- в) интернетной; г) телефонной;

4. Информационные агентства являются одним из ключевых звеньев мировой коммуникационной ...

- а) частной экономики;
- б) технологии; в) монополии;
- г) олигополии;

5. Конкуренция между информационными агентствами ограничивается лишь ...

- а) личными контактами владельцев или акционеров информационных агентств;
- б) контролем правительства;
- в) зонами влияния;
- г) организационной формой агентств;

6. Чем регулируется деятельность информационных агентств почти во всех странах?

- а) законами о печати;
- б) нормами употребления обценной лексики;
- в) законами о рекламе;
- г) постановлениями правительства;

7. В какой европейской стране информационные агентства подчиняются специальному положению?

- а) Италия;
- б) Испания;
- в) Франция;
- г) Германия;

Ключи к тестовому заданию. № вопр ответ 1 в 2 б 3 а 4 г 5 в 6 а 7 в
Шкала оценивания (0-10 баллов) «0-4 балла» – 60% и менее «5 баллов» – 61-80% «7 баллов» – 81-90% «10

Раздел 3. Типология информационных агентств

1.Какая дата считается днем рождения первого российского информационного агентства?

- а) 7 ноября 1917 года;
- б) 8 апреля 1866 года;
- с) 1 сентября 1904 года;

д) 8 октября 1925 года.

2. Каков основной тренд развития информационных агентств в настоящее время?

- а) освоение современных мультимедийных технологий;
- б) производство мобильного контента;
- с) уход с мирового рынка информации;
- д) разрешение противоречия между компонентами бизнес-моделей и разработка новых моделей.

3. Какой признак является отличительной чертой деятельности информационных агентств?

- а) полнота и мультиадресность;
- б) наличие целевой аудитории;
- с) объективность;
- д) точность.

4. Почему в названии многих продуктов информационных агентств присутствует слово «лента»?

- а) информация представлена в виде «ленты» новостей;
- б) по традиции, когда технологически информация была представлена на рулонах бумаги;
- с) потому, что новости легче усваивать, когда они представлены в виде ленты;
- д) «лента» подчеркивает важность новостей.

5. Что определяет особенности функционирования мировых информационных агентств?

- а) наличие эксклюзивной позиции;
- б) глобальный характер деятельности;
- с) огромные финансовые возможности;
- д) оперативность в работе

6. Какие критерии определяют внутритиповые различия информационных агентств?

- а) по наличию высококлассных журналистов;
- б) по целевому назначению;
- с) по типу собственности;
- д) по масштабам распространения и влияния.

7. Какие российские информагентства входят в большую тройку?

- а) ТАСС;
- б) МИА «Россия сегодня»;
- с) РБК;
- д) «Интерфакс».

8. Какие из информационных агентств не являются региональными?

- а) «Росбалт»;
- б) АСИ;
- с) RT;
- д) РИА «Новый регион».

9. В чем специфика деятельности межрегиональных агентств?

- а) контролируют денежные потоки в регионах;
- б) помогают журналистам в поиске новостей;
- с) формируют информационную повестку газет;
- д) аккумулируют информацию из отдельных регионов.

10. Какие из информационных агентств не являются мировыми?

- а) Reuters;
- б) Bloomberg;
- с) Regnum;
- д) Xinhua.

Раздел 4. Структура и форматы новостей в информационных агентствах

1. Главными критериями отбора новостей являются:

- а) новизна;
- б) нужность;
- с) своевременность;
- д) достоверность

2. Декодируемость сообщений на ленте новостей это:

- а) актуальность;
- б) важность;
- с) доступность;
- д) релевантность

3. К обязательным критериям отбора новостей относятся:

- а) конфликтность;
- б) новизна;
- с) достоверность;
- д) значимость

4. К второстепенным критериям новостей относятся:

- а) декодируемость;
- б) необычность;
- с) сенсационность;
- д) конфликтность

5. В каких случаях формат новости определяется как молния?

- а) когда новость достоверна;
- б) когда новость интересна;
- с) когда новость необычна;
- д) когда новость значима

6. К системе критериев оценки новостей, определяющих порядок работы выпускающего редактора, относится:

- а) новизна события;
- б) достоверность;

- с) значимость;
 - д) декодируемость
7. К основным структурным элементам новости относят:
- а) слаглайн;
 - б) лид;
 - с) вывод;
 - д) бэкграунд
8. Лид содержит следующие элементы:
- а) что произошло;
 - б) почему;
 - с) где;
 - д) когда
9. Каких элементов следует избегать в заголовках?
- а) предлога;
 - б) цифры;
 - с) источник информации;
 - д) официальную лексику
10. Информационные агентства используют следующие форматы новостей:
- а) молния;
 - б) анализ;
 - с) экспресс;
 - д) обобщение

Раздел 5. Информационные агентства в сети Интернет

1. Почему блогеры могут участвовать в деятельности информационных агентств в строго ограниченных пределах?
- а) потому что они не объективны;
 - б) потому что они не остроумны;
 - с) потому что они не субъективны;
 - д) потому что они не оперативны
2. В чем состоят преимущества пользовательского контента в интернет-пространстве?
- а) доступность;
 - б) прибыльность;
 - с) интерактивность;
 - д) мультикультурность
3. Каковы основные рекомендации журналистам в работе с социальными сетями?
- а) надежность информации;
 - б) достоверность информации;
 - с) полезность информации;
 - д) нужность информации

4. Как изменилось функционирование информационных агентств в связи с их выходом в сетевое пространство?

- а) приобрели гипертекстуальность;
- б) приобрели интерактивность;
- с) приобрели ангажированность;
- д) приобрели мультимедийность

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «История»

Тема 1. Рождение истории человечества

Задания

Вопросы семинарского занятия

1. Основные этапы древнейшей истории человечества.
2. Древневосточные цивилизации: особенности общественной структуры, государственного устройства и культуры.
3. Античный мир и его значение во всемирной истории.
 - вклад Древнегреческой цивилизации в развитие человечества;
 - Древний Рим: основные итоги развития и достижения.

Тесты

1. Главное содержание неолитической революции – это
 - а) переход к случайному выращиванию злаков и эпизодическому приручению диких животных
 - б) переход к регулярному воспроизводству главных продуктов питания на основе развития земледелия и скотоводства
 - в) переход от стада к родовой общине и половозрастному разделению труда
2. В III тысл. до н.э. первые очаги цивилизации возникли
 - а) в Египте и Месопотамии
 - б) в Греции и Риме
 - в) у прусов и британцев
3. Форма государства в древневосточных цивилизациях –
 - а) республика
 - б) олигархия
 - в) деспотия
 - г) демократия
4. Укажите хронологические рамки античной цивилизации
 - а) IX в. до н.э. – V в. н.э.
 - б) VIII в. – IV вв. до н.э.
 - в) VI – IV в. до н.э.
5. Укажите понятие, не относящееся к истории Древней Греции.
 - а) полис
 - б) автаркия
 - в) сенат
 - г) демократия

6. Где произошла первая научная революция?

- а) в Индии
- б) в Китае
- в) в Греции
- г) в Риме

7. В каком году Римская цивилизация разделилась на западную и восточную части?

- а) 330 г.
- б) 395 г.
- в) 410 г.
- г) 476 г.

8. Укажите понятие, относящееся к истории Древнего Рима.

- а) полис
- б) протестантизм
- в) эллинизм
- г) колонат

9. Где возникло христианство?

- а) в Германии
- б) в Китае
- в) в Древней Греции
- г) в Римской империи

10. Назовите древнегреческих философов.

- а) Архимед, Тацит
- б) Вергилий, Гораций
- в) Демокрит, Эпикур
- г) Пракситель, Мирон

11. Традиционной датой, отделяющей античность от средневековья, считается

- а) 330 г.
- б) 395 г.
- в) 410 г.
- г) 476 г.
- д) 485 г.

Тема 2. Средневековье как этап мировой истории.

Задания

Вопросы семинарского занятия

1. Европейское средневековье: основные черты и особенности
- генезис феодализма;

- общество и государство;
 - духовный мир средневековья;
 - отличия Западноевропейской и Восточноевропейской цивилизаций;
2. Русь в эпоху средневековья
- восточные славяне в древности;
 - возникновение и развитие Древнерусского государства;
 - феодальная раздробленность – закономерный этап развития государственности.

Тесты

1. Европа как культурно-историческое явление возникла
 - а) в период Реформации
 - б) в средние века
 - в) в эпоху эллинизма
 - г) в период Великих географических открытий

2. Наибольшего могущества Франкское королевство достигло
 - а) при Оттоне
 - б) при Карле Великом
 - в) при Августе
 - г) при Тиберии Гракхе

3. Укажите один из факторов, определивших особенности российской истории.
 - а) креативный
 - б) религиозный
 - в) средневековый
 - г) евроцентристский

4. Создателями славянского алфавита были
 - а) Владимир и Ярослав
 - б) Ольга и Святослав
 - в) Кирилл и Мефодий
 - г) Владимир Мономах и Мстислав Великий

5. С каким событием связано начало династии Рюриковичей?
 - а) поход князя Олега на Киев
 - б) создание «Русской Правды»
 - в) Крещение Руси
 - г) призвание варягов

6. Раскол христианской церкви на католическую и православную произошел
 - а) в X в.
 - б) в XI в.
 - в) в XII в.
 - г) в XIII в.

7. Первыми русскими людьми, причисленными к лику святых, были
 - а) Феодосий Печерский и Антоний

- б) Ольга и Владимир
- в) Борис и Глеб
- г) Всеволод и Андрей Боголюбский

8. В XI в. были построены Софийские соборы

- а) в Чернигове и Полоцке
- б) в Переяславле и Владимире
- в) в Киеве и Новгороде
- г) в Москве и Рязани

9. Расположите в хронологическом порядке события

- а) Крещение Руси
- б) создание «Русской правды» при Ярославе Мудром
- в) объединение Киева и Новгорода
- г) призвание варягов
- д) правление княгини Ольги

10. Особенность политического устройства Владимиро-Суздальского княжества –

- а) прочная власть боярства
- б) вассально-дружинные отношения
- в) сильная власть князя
- г) патриархальное равенство

11. Кто из князей правил раньше других?

- а) Иван Калита
- б) Юрий Долгорукий
- в) Андрей Боголюбский
- г) Дмитрий Донской

12. Установите соответствие.

а) десятина	1) доля члена княжеского рода в родовом владении
б) вира	2) объезд князем с дружиной подвластных земель для сбора дани
в) удел	3) народное собрание
г) полюдье	4) штраф
	5) часть доходов князя, отдаваемые церкви

13. Сословие –

- а) социальная группа общества, различавшаяся по отношению к феодеу
- б) социальная группа общества, отличавшаяся отношением к средствам производства
- в) социальная группа общества, обладавшая закрепленными в законе и передаваемыми по наследству правами и обязанностями

14. Установите соответствие.

а) Ледовое побоище	1) Юрий Долгорукий
б) первое упоминание в летописи о Москве	2) Роман Мстиславич
в) объединение Галицкого и Волынского княжеств	3) Александр Невский
г) битва на реке Сити	4) Мстислав Великий
	5) Юрий Всеволодович

15. Особенностью политического устройства Новгородской республики было

- а) патриархальное равенство князя, бояр и крестьян
- б) наличие сильной власти князя
- в) отсутствие княжеской династии
- г) полновластие дружины и купечества

16. Назовите основные сословия средневекового общества.

- а) рабочие, крестьяне, рыцари, феодалы
- б) бюргеры, крестьяне, духовенство, буржуа
- в) буржуа, колонны, духовенство, рыцари
- г) духовенство, рыцари, крестьянство, бюргеры

17. Установите соответствие.

а) 1147 г.	1) поход Батые в Северо-Восточную Русь
б) 1223 г.	2) первое летописное упоминание о Москве
в) 1240 г.	3) битва на реке Калке
г) 1237–1238 гг.	4) Куликовская битва
	5) Невская битва

18. Кого называют первым собирателем русских земель в единое государство?

- а) Дмитрия Донского
- б) Василия I
- в) Ивана I
- г) Василия II
- д) Василия III

19. Тип государства в большинстве стран Европы XII – XIV вв. – это

- а) сословно-представительная монархия
- б) просвещенный абсолютизм
- в) республика

20. Укажите причину возвышения Москвы.

- а) получение постоянного ярлыка на великое княжение
- б) независимость от Золотой Орды
- в) дальновидная политика московских князей
- г) отсутствие других претендентов на главенство в Северо-Восточной Руси

21. Одним из последствий крестовых походов было

- а) создание цехов и гильдий
- б) завоевание Юго-Восточной Азии

- в) расширение контактов с византийской и арабской цивилизациями
- г) создание колониальных империй

22. Укажите один из итогов княжения Дмитрия Донского.

- а) объединение русских земель в единое государство
- б) присоединение Пскова к Москве
- в) расширение территории Московского княжества
- г) разгром Тевтонского ордена

23. Назовите стиль церковной архитектуры Западного Средневековья.

- а) дивное узорчье
- б) ампи́р
- в) романский
- г) имперский

24. Феодалная война второй четверти XV в. связана с именами

- а) Ивана Калиты, Тамерлана
- б) Василия Темного, Василия Косого
- в) Василия I, Дмитрия Шемяки
- г) Дмитрия Донского, Дмитрия Красного

25. Родина Возрождения –

- а) Германия
- б) Англия
- в) Греция
- г) Италия

26. Современниками были

- а) Иван Калита и хан Едигей
- б) Иван Красный и Тимур
- в) Дмитрий Донской и Сергей Радонежский
- г) Александр Невский и Мамай

27. В XIV–XV вв. в Западной Европе возникли (укажите не менее двух ответов)

- а) диггеры
- б) академии наук
- в) мануфактуры
- г) торговые биржи
- д) государства крестоносцев

28. Следствием «стояния» на реке Угре было

- а) присоединение Новгорода к Москве
- б) разорение ордынским войском Москвы
- в) установление независимости Руси от Орды
- г) изгнание из Пскова шведских интервентов
- д) все вышеперечисленное

29. Где впервые зародились и одержали победу буржуазные отношения?

- а) в Северной Америке
- б) в Юго-Восточной Азии
- в) в Западной Европе
- г) в Японии

30. Сборник законов, принятый в правление Ивана III, назывался

- а) Табель о рангах
- б) Русская Правда
- в) Судебник
- г) Соборное Уложение

31. Пионерами Великих географических открытий стали

- а) Англия, Германия
- б) Италия, Австрия
- в) Франция, Австрия
- г) Испания, Португалия

32. Первое печатное издание «Библии» в Европе осуществил

- а) Мартин Лютер
- б) Жан Кальвин
- в) Ян Гус
- г) Иоганн Гуттенберг

33. Последним собирателем русских земель называют

- а) Василия I
- б) Ивана II
- в) Василия II
- г) Василия III

34. Первым кругосветное плавание совершил

- а) Васко да Гама
- б) Христофор Колумб
- в) Бартоломеу Диаш
- г) Фернан Магеллан

35. Свод наставлений по ведению хозяйства в Московском государстве назывался

- а) «Задонщина»
- б) «Хронограф»
- в) «Лицевой свод»
- г) «Домострой»

36. Раннее Возрождение связано

- а) с Ф. Аквинским
- б) с Р. Бэконом

- в) с Данте Алигьери, Ф. Петраркой
- г) с П. Абеляром, Б. Клервосским

37. Успенский собор был построен под руководством

- а) Федора Коня
- б) Антона Фрязина
- в) Алевиза Нового
- г) Аристотеля Фиораванти

38. Выдающимися художниками конца XIV – первой четверти XV в. были (укажите не менее двух ответов)

- а) Дионисий
- б) Феофан Грек
- в) Стефан Пермский
- г) Андрей Рублев

39. Первый Земский собор был созван

- а) при Василии I
- б) при Иване III
- в) при Василии III
- г) при Иване IV

40. Одним из идеологов Реформации был

- а) Людовик XI
- б) Жан Кальвин
- в) Карл V
- г) Игнатий Лойола

41. Первая напечатанная И.Федоровым книга называлась

- а) «Альманах»
- б) «Часовник»
- в) «Летописец начала царства»
- г) «Апостол»
- д) «Просветитель»

42. Учреждение опричнины Иваном IV имело целью

- а) отмену баскачества
- б) введение подушной подати
- в) укрепление личной власти царя
- г) окончательное закрепощение крестьян

43. Расположите в хронологической последовательности события.

- а) княжение Василия I
- б) свержение ордынского ига
- в) княжение Ивана Калиты
- г) Куликовская битва

д) присоединение Казанского ханства

44. Стрелецкое войско было создано в правление

- а) Василия I
- б) Ивана Грозного
- в) Ивана Красного
- г) Ивана Калиты
- д) Дмитрия Донского

Тема 3. Мир накануне и в начале Нового времени.

Вопросы семинарского занятия

1. Европа на пороге Нового времени (XV в. – первая половина XVII в.)

- Великие географические открытия и их последствия;
- зарождение капиталистических отношений;
- утверждение абсолютизма;
- Ренессанс и Реформация

2. От Руси к России (XIV-XVI вв.)

- Угроза с Востока и угроза с Запада. Дискуссии о последствиях монгольского владычества;

- предпосылки и причины и основные этапы образования единого российского государства (XIV–XV вв.);

- складывание самодержавия российского типа (XVI в.)

3. Европа и мир в XVII в.: основные тенденции развития

- Английская буржуазная революция и её последствия;
- смещение центра развития капитализма;
- новые идеалы и ценности Западного мира.

4. Россия на рубеже XVI – XVII вв.: «Смутное время»;

- причины и предпосылки;
- основные этапы;
- результаты.

5. Социально-экономическое и политическое развитие России в XVII в.

- новые явления в социально-экономическом развитии;
- становление абсолютной монархии в России.
- социальные конфликты («Бунташный век»)

Тесты

1. Английская буржуазная революция произошла

- а) в XVI в.
- б) в XVII в.
- в) в XVIII в.

2. Укажите одну из причин начала Смуты в России.

- а) установление абсолютизма
- б) династический кризис
- в) окончательное закрепощение крестьян

г) избрание Михаила Романова на царство

3. В результате буржуазной революции в Англии установилась

- а) парламентская республика
- б) конституционная монархия
- в) демократическая республика
- г) абсолютная монархия

4. Родиной промышленного переворота была

- а) Италия
- б) Германия
- в) Франция
- г) Англия

5. Назовите понятие, относящееся к Смутному времени.

- а) коллегии
- б) «бироновщина»
- в) «семибоярщина»
- г) рекрутчина

6. Второе ополчение, освободившее Москву от интервентов, возглавляли (укажите не менее двух ответов)

- а) П. Ляпунов
- б) И. Сусанин
- в) Д. Пожарский
- г) Ф. Романов
- д) К. Минин

7. Москва была освобождена от интервентов

- а) в 1610 г.
- б) в 1611 г.
- в) в 1612 г.
- г) в 1613 г.

8. Установите соответствие.

- а) 1598–1605 гг. 1) правление Василия Шуйского
- б) 1605–1606 гг. 2) правление Бориса Годунова
- в) 1606–1607 гг. 3) правление Лжедмитрия I
- г) 1606–1610 гг. 4) восстание под руководством И. Болотникова

9. Михаил Романов был избран на царство

- а) Боярской Думой
- б) Освященным собором
- в) Земским собором
- г) коллегиями

10. В результате событий Смутного времени Россия

- а) получила выход к Балтийскому морю
- б) понесла существенные территориальные потери
- в) начала интенсивное освоение Дальнего Востока
- г) укрепила свое влияние на Балканах

11. В России XVII в. предприятия, использовавшие ручную технику и разделение труда, назывались

- а) кооперативы
- б) артели
- в) мануфактуры
- г) цехи
- д) гильдии

12. Боярская дума – это

- а) дворцовый приказ
- б) законодательное собрание, ограничившее волю монарха
- в) совещательный орган при царе
- г) внешнеполитический приказ

13. Во второй половине XVII в. внутреннюю политику России характеризовало

- а) создание Сената
- б) учреждение коллегий
- в) усиление самодержавной власти
- г) возвышение Боярской думы

14. Современникам были

- а) Мартин Лютер и Федор Алексеевич
- б) Оливер Кромвель и Алексей Михайлович
- в) Томас Мюнцер и Василий Шуйский
- г) Жан Кальвин и Михаил Федорович

15. Левобережная Украина вошла в состав российского государства в правление

- а) Федора Ивановича
- б) Алексея Михайловича
- в) Василия Шуйского
- г) Михаила Федоровича

16. Какой век в истории России получил название «бунташного»?

- а) XV в.
- б) XVI в.
- в) XVII в.
- г) XVIII в.

17. Революция – это

- а) процесс поступательного развития

- б) восстановление существовавших порядков
- в) преобразование, изменение, переустройство какой-либо стороны общественной жизни
- г) кардинальное изменение социально-политического строя, характеризующееся насильственным преобразованием общественных и государственных институтов

18. Прекращение созыва Земских соборов произошло

- а) в XV в.
- б) в XVI в.
- в) в XVII в.
- г) в XVIII в.

19. Всероссийский рынок формируется

- а) в XVI в.
- б) в XVII в.
- в) в XVIII в.

20. XVII в. в европейской истории называют

- а) серебряным веком
- б) бронзовым веком
- в) золотым веком
- г) железным веком

21. Торговый и Новоторговый уставы были приняты в правление

- а) Бориса Годунова
- б) Алексея Михайловича
- в) Федора Алексеевича
- г) Михаила Федоровича

22. Право бессрочного сыска беглых крестьян в России было окончательно закреплено

- а) в Пространной правде
- б) в Судебнике
- в) в Соборном Уложении
- г) в Табели о рангах

23. Церковную реформу XVII в. в России характеризовало

- а) учреждение патриаршества
- б) установление жесткой зависимости Русской православной церкви от Византии
- в) исправление богослужебных книг по единым греческим образцам
- г) образование митрополичьей кафедры в Москве

24. Установите последовательность.

- а) Федор Алексеевич
- б) Алексей Михайлович

- в) Федор Иванович
- г) Михаил Федорович
- д) Лжедмитрий I

25. Сторонников и противников церковной реформы в России называли

- а) никониане и диггеры
- б) никониане и протестанты
- в) старообрядцы и еретики
- г) никониане и раскольники

26. Установите соответствие.

а) Соборное Уложение	1) 1670–1671 гг.
б) отмена местничества	2) 1648–1679 гг.
в) восстание под руководством С. Разина	3) 1649 г.
г) правление царя Алексея Михайловича	4) 1682 г.
	5) 1645–1676 гг.

27. Соляной и Медный бунты, Соловецкое восстание были в правление

- а) Ивана Алексеевича
- б) Алексея Михайловича
- в) Василия Шуйского
- г) Михаила Федоровича

Тема 4. XVIII в. в европейской и мировой истории.

Вопросы семинарского занятия

1. Эпоха просвещения и модернизации: общее и особенное
 - сущность новых явлений в мировом развитии;
 - промышленный переворот и его последствия;
 - Американский континент в XVIII в.;
 - Великая Французская революция и ее последствия;
 - государства Востока: от традиционного общества к колонизации.
2. Особенности российской модернизации в XVIII в.
 - реформы Петра I: цель, ход, результаты;
 - проблема цивилизационного раскола в петровскую эпоху и его влияние на историческую судьбу России.
3. «Просвещенный абсолютизм»: истоки и сущность. «Просвещенный абсолютизм» в России. Екатерина II.

Тесты

1. Установите соответствие.

а) промышленный переворот	1) поощрение государством развития собственной промышленности и торговли
б) протекционизм	2) скачок в развитии производительных сил, заключающийся в переходе от

- мануфактуры к машинному производству
- в) меркантилизм 3) экономическая политика, выражавшаяся в активном вмешательстве государства в хозяйственную жизнь
- г) капитализм 4) тип общества, основанный на частной собственности и рыночной экономике
- д) модернизация 5) процесс перехода от традиционного общества к индустриальному

2. XVIII в. называют веком

- а) старого порядка
- б) Возрождения
- в) Просвещения
- г) контрреформации

3. Укажите годы правления Петра I.

- а) 1672–1725 гг.
- б) 1682–1725 гг.
- в) 1687–1725 гг.
- г) 1689–1725 гг.

4. До 1696 г. Петр I правил совместно

- а) с царевной Софьей
- б) с Иваном Милославским
- в) с Иваном Алексеевичем
- г) с Федором Алексеевичем

5. Установите соответствие.

а) Петр I	1) отмена местничества
б) царевна Софья	2) взятие Азова
в) Федор Алексеевич	3) хованщина
	4) создание Немецкой слободы

6. Петр I впервые посетил Европу

- а) в ходе Азовских походов
- б) во время Прутского похода
- в) в ходе Каспийского похода
- г) в составе «великого посольства»

7. Назовите сподвижников Петра I (укажите не менее двух ответов).

- а) В.В. Голицын
- б) А.Д. Меншиков
- в) Б.П. Шереметев
- г) И.М. Милославский
- д) Ф.Я. Лефорт

8. Какое событие произошло раньше других?

- а) Прутский поход
- б) заключение Ништадтского мира
- в) поражение русских войск под Нарвой
- г) морское сражение у мыса Гангут

9. Петр I был инициатором создания (укажите не менее двух ответов)

- а) Славяно-греко-латинской академии
- б) Харьковского университета
- в) Академии наук
- г) Кунсткамеры
- д) газеты «Куранты»

10. Санкт-Петербург стал столицей российского государства

- а) в 1700 г.
- б) в 1703 г.
- в) в 1713 г.
- г) в 1721 г.

11. Церковная реформа Петра I имела следствием

- а) рост независимости церкви от светской власти
- б) секуляризацию церковной собственности
- в) превращение церкви в составную часть государственного аппарата
- г) установление паритета между светской властью и церковью

12. В Северную войну русская армия комплектовалась на основе

- а) всеобщей воинской повинности
- б) указа о службе «по отечеству»
- в) стрелецких и «потешных» полков
- г) рекрутских наборов

13. При Петре I

- а) введено всеобщее начальное образование
- б) создана система архитектурного образования
- в) открыт Смольный институт
- г) создана система светских школ

14. Крестьяне, навечно закрепленные в петровскую эпоху за мануфактурами, назывались

- а) приписные
- б) посессионные
- в) временнообязанные

15. В петровскую эпоху были введены (укажите не менее двух ответов)

- а) «ассамблеи»
- б) церковнославянский шрифт
- в) подушная подать
- г) паспортная система

16. В результате Северной войны Россия получила

- а) Смоленские земли
- б) Швецию
- в) выход к Балтийскому морю
- г) Левобережную Украину

17. Россия была провозглашена империей

- а) в 1709 г.
- б) в 1714 г.
- в) в 1721 г.
- г) в 1722 г.

18. Петр I изменил порядок престолонаследия в связи

- а) с восстанием стрельцов
- б) с делом царевны Софьи
- в) с Астраханским восстанием
- г) с делом царевича Алексея
- д) с заговором Ф.Л. Шакловитого

19. Период 1725–1762 гг. в российской истории В.О. Ключевский назвал

- а) «просвещенным абсолютизмом»
- б) периодом перехода от мануфактуры к фабричному производству
- в) эпохой дворцовых переворотов
- г) периодом политической раздробленности страны

20. Третьим духовным переворотом в европейской истории называют

- а) Возрождение
- б) Реформацию
- в) Просвещение
- г) предпринимательство
- д) секуляризацию

21. Назовите европейских просветителей.

- а) Т. Гоббс, Д. Локк
- б) Н. Коперник, Дж. Вико
- в) Г. Галилей, Ж. Руссо
- г) Т. Мор, Ш. Монтескье

22. Общей чертой для всех просветителей была вера

- а) в незыблемость существующего порядка
- б) в установление различий между людьми природой
- в) в прогресс
- г) в неоспоримость религиозных догм

23. Установите последовательность.

- а) Анна Иоанновна

- б) Петр II
- в) Иоанн Антонович
- г) Елизавета Петровна
- д) Петр III

24. Установите соответствие.

а) создание Верховного тайного совета	1) Петр I
б) учреждение Сената	2) Анна Иоанновна
в) бирюковщина	3) Екатерина I
г) секуляризация церковных земель	4) Петр II
	5) Екатерина II

25. Какое событие произошло позже других?

- а) Семилетняя война
- б) крестьянская война под руководством Е. Пугачева
- в) восстание К. Булавина
- г) введение подушной подати

26. Назовите российских просветителей (укажите не менее двух ответов).

- а) Н.И. Новиков
- б) Д.Г. Левицкий
- в) И.Е. Старов
- г) И.П. Аргунов
- д) М.В. Ломоносов

27. Крым вошел в состав Российской империи в правление

- а) Елизаветы Петровны
- б) Петра III
- в) Екатерины II
- г) Павла I

28. В разделах Польши участвовали

- а) Россия, Франция, Австрия
- б) Пруссия, Австрия, Англия
- в) Пруссия, Франция, Австрия
- г) Австрия, Пруссия, Россия

29. Жалованные грамоты дворянству и городам были изданы в правление

- а) Екатерины I
- б) Анны Иоанновны
- в) Петра III
- г) Екатерины II
- д) Павла I

30. Установите соответствие.

а) губернская реформа	1) Елизавета Петровна
б) основание Московского университета	2) Анна Иоанновна

- в) манифест о вольности дворянства
- г) указ о трехдневной барщине
- 3) Павел I
- 4) Петр III
- 5) Екатерина II

31. Мария Терезия (Австрия), Фридрих II (Пруссия), Екатерина II (Россия) осуществили попытки

- а) реформирования абсолютизма
- б) ввести всеобщее начальное обучение
- в) раздела колониальных владений
- г) установить подушную подать

32. Война за независимость английских колоний в Северной Америке была

- а) в конце XVII в.
- б) в начале XVIII в.
- в) во второй половине XVIII в.
- г) в начале XIX в.

33. Установите соответствие.

- а) 1700–1721 гг. 1) Полтавская битва
- б) 1709 г. 2) Уложенная комиссия
- в) 1767–1768 гг. 3) указ о престолонаследии
- г) 1797 г.

34. Итальянским и швейцарским походами русской армии руководил

- а) П.А. Румянцев
- б) Г.А. Потемкин
- в) М.И. Кутузов
- г) А.В. Суворов
- д) Н.В. Репнин

35. Установите соответствие.

- а) В.И. Баженов 1) композитор
- б) Ф.И. Шубин 2) художник
- в) Ф.Г. Волков 3) скульптор
- г) Ф.С. Рокотов 4) архитектор
- 5) актер

36. Великая Французская революция была

- а) в конце XVII в.
- б) в начале XVIII в.
- в) во второй половине XVIII в.
- г) в начале XIX в.

37. Радикальный вариант переустройства общества в период Великой Французской революции предлагали

- а) роялисты
- б) жирондисты

- в) якобинцы
- г) сторонники Директории

38. Современникам были (укажите не менее двух ответов)

- а) И. Ньютон и Павел I
- б) Вольтер и Екатерина II
- в) Д. Вашингтон и Петр II
- г) Д. Дидро и Петр III

39. Социальным последствием промышленного переворота стало формирование (укажите не менее двух ответов)

- а) пролетариата
- б) купеческих компаний
- в) промышленной буржуазии
- г) системы машинного производства

Тема 5. Основные тенденции развития мира в XIX в.

Вопросы семинарского занятия

1. XIX в. мировой истории: рождение индустриального общества.
 - новые явления в социально-экономическом развитии (индустриализация: причины, сущность, последствия);
 - асинхронность в развитии европейских стран;
 - колониальная система в XIX в.
2. Европейские проблемы и Россия в первой половине – середине XIX в.
 - Россия в первой четверти XIX века. Александр I.
 - причины, характер Отечественной войны 1812 г.
 - последствия войны для России и Европы.
3. Россия на пути к индустриальному обществу.
 - Россия при Николае I: экономика, политика, культура;
 - великие реформы 1860-х – 1870-х гг.
 - Россия в пореформенный период
4. Формирование основных идеологических направлений в Европейской общественной мысли.
 - консерватизм;
 - либерализм;
 - социализм;
5. Основные направления общественной мысли и особенности общественного движения в России в XIX в.

Тесты

1. Эпоха наполеоновских войн в Европе охватывает
 - а) последнюю треть XVIII в.

- б) конец XVIII–начало XIX в.
- в) вторую четверть XIX в.

2. Характерной чертой развития капитализма в различных странах Европы на протяжении XIX в. была

- а) повторяемость
- б) неравномерность
- в) стагнация
- г) все вышеперечисленное

3. Войны Наполеона Бонапарта в Европе на первоначальном этапе сопровождались

- а) отменой феодальных привилегий
- б) секуляризацией церковных земель
- в) установлением свободы слова и гражданского равенства
- г) все вышеперечисленное

4. Назовите понятие, относящееся к правлению Александра I.

- а) земство
- б) мировой суд
- в) министерство
- г) кодификация

5. Главным вдохновителем политических реформ при Александре I был

- а) Н.П. Румянцев
- б) К.В. Нессельроде
- в) Ф.С. Лагарп
- г) М.М. Сперанский

6. По Тильзитскому договору между Россией и Францией

- а) Россия выплачивала Франции контрибуцию
- б) Россия становилась союзником Франции в войне против Австрии
- в) Россия признавала за Францией все территориальные изменения в Европе
- г) Россия была обязана вступить в войну с Англией

7. Установите последовательность.

- а) Бородинское сражение
- б) Смоленское сражение
- в) сражение у Малоярославца
- г) Тарутинский маневр

8. В начале Отечественной войны 1812 г. главнокомандующим русской армии был

- а) П.И. Багратион
- б) М.Б. Барклай де Толли
- в) М.И. Кутузов

г) А.П. Тормасов

9. Д. Давыдов, Г. Курин, Е. Четвертаков, А. Сеславин

а) были поэтами

б) были гусарскими офицерами, участниками войны 1812 г.

в) сражались в партизанских отрядах во время войны 1812 г.

г) руководили министерствами

10. Русской армией во время Бородинского сражения командовал

а) М.А. Милорадович

б) П.И. Багратион

в) Ф.В. Ростопчин

г) М.И. Кутузов

11. После Отечественной войны 1812 г. к России была присоединена

а) Финляндия

б) Вестфалия

в) большая часть Великого герцогства Варшавского

г) часть Сардинского королевства

12. В 1815 г. Александр I даровал конституцию

а) княжеству Финляндскому

б) Царству Польскому

в) прибалтийским губерниям

г) Украине

13. Кто был организатором военных поселений в России?

а) А.А. Аракчеев

б) М.М. Сперанский

в) М.Л. Магницкий

г) А.Н. Голицын

14. Александр I поручил разработку проекта российской конституции

а) А. Чарторыйскому

б) А. Балашову

в) Н. Новосильцеву

г) А. Ермолову

15. В соответствии с министерской реформой Александра I

а) министерства становились центральными органами исполнительной власти

б) министерства становились полицейскими органами

в) министерства становились фискальными органами

г) министерства становились органами законодательной власти

16. В правление Александра I были осуществлены мероприятия

а) по созданию единой системы образования

б) по организации земских учреждений

в) по кодификации законодательства

17. В 1817–1818 гг. над общим планом ликвидации крепостного права в России работал

- а) М.М. Сперанский
- б) А.А. Аракчеев
- в) В.А. Жуковский
- г) В.Ф. Раевский

18. Почему многие реформаторские замыслы Александра I остались нереализованы?

- а) они не были поддержаны крестьянством и купечеством
- б) помешала война 1812 г.
- в) дворянство оказало мощное сопротивление реформаторскому курсу
- г) они встретили противодействие ведущих стран Европы

19. На зарождение идеологии декабристского движения оказали влияние (укажите не менее двух ответов)

- а) Великая Французская революция
- б) чартистское движение
- в) окружающая русская действительность
- г) промышленный переворот в ведущих отраслях

20. Кто из декабристов был сторонником республиканского строя?

- а) Н.М. Муравьев
- б) С. П. Трубецкой
- в) Н.И. Тургенев
- г) П.И. Пестель

21. За установление в России конституционной монархии выступал

- а) П.И. Пестель
- б) К.Ф.Рылеев
- в) Н.М. Муравьев
- г) А. Бестужев

22. Первое тайное общество декабристов называлось

- а) Союз благоденствия
- б) Северное общество
- в) Общество соединенных славян
- г) Союз спасения
- д) Южное общество

23. Установите соответствие.

а) Н.М. Муравьев	1) автор «Русской правды»
б) П.И. Пестель	2) генерал-губернатор С.-Петербурга
в) М.А. Милорадович	3) автор «Конституции»
г) С.И. Муравьев-Апостол	4) организатор восстания Черниговского полка

5) губернатор Москвы

24. Автором теории «официальной народности» был

- а) С.С. Уваров
- б) А.Х. Бенкендорф
- в) М.М. Сперанский
- г) П.Д. Киселев

25. В 1848–1849 гг. произошли революции

- а) в Германии
- б) во Франции
- в) в Италии
- г) во всех вышеперечисленных странах

26. Николай I оказал военную помощь в подавлении революции

- а) в Италии
- б) в Германии
- в) в Венгрии
- г) в Греции

27. Установите соответствие.

а) Е.Ф. Канкрин	1) организация земских управ
б) П.Д. Киселев	2) кодификация законов
в) М.М. Сперанский	3) реформа государственной деревни
	4) финансовая реформа

28. Автором проекта храма Христа Спасителя был

- а) М.Ф. Казаков
- б) О.И. Бове
- в) И.П. Мартос
- г) А.Н. Воронихин
- д) К.А. Тон

29. Промышленный переворот в России начался

- а) на рубеже 30–40-х гг. XIX в.
- б) в 60-е гг. XIX в.
- в) в 70–80-е гг. XIX в.

30. Кто был идеологом утопического социализма?

- а) А. Сен-Симон
- б) Ш. Фурье
- в) Р. Оуэн
- г) все вышеперечисленные

31. Автором концепции «русского», или общинного, социализма, был

- а) Т.Н. Грановский

- б) М.В. Буташевич-Петрашевский
- в) А.И. Герцен
- г) А.С. Хомяков

32. Установите соответствие.

а) Н.М. Карамзин	1) художник
б) М.И. Глинка	2) архитектор
в) А.А. Иванов	3) историк
г) К.А. Тон	4) скульптор
д) И.П. Мартос	5) композитор

33. Что послужило поводом к началу Крымской войны?

- а) агрессия Турции против Грузии
- б) конфликт из-за святых мест в Палестине
- в) военные действия на Северном Кавказе

34. В ходе Крымской войны Россия воевала

- а) с Австрией, Пруссией, Турцией
- б) с Австрией, Англией, Турцией
- в) с Англией, Турцией, Францией
- г) с Австрией, Турцией, Францией

35. В соответствии с Парижским мирным трактатом 1856 г.

- а) Черное море объявлялось нейтральным
- б) Россия получала Карс
- в) к России отходила Молдавия
- г) Россия получила черноморские проливы

36. Во второй половине XIX в. одной из авторитетных идеологических и политических сил в Европе стал

- а) утопический социализм
- б) чартизм
- в) марксизм
- г) жирондизм

37. Установите соответствие.

а) президентская республика	1) Франция
б) конституционная монархия	2) США
в) парламентская республика	3) Англия
	4) Россия

38. Установите последовательность.

- а) Александр III
- б) Павел I
- в) Александр I
- г) Николай II

д Александр II

39. Установите соответствие.

а) Крымская война	1) 1830–1831 гг.
б) русско-турецкая война	2) 1848–1850 гг.
в) восстание в Польше	3) 1853–1856 гг.
	4) 1877–1878 гг.

40. Установите соответствие.

а) Крымская война	1) 1830–1831 гг.
б) русско-турецкая война	2) 1848–1850 гг.
в) восстание в Польше	3) 1853–1856 гг.
	4) 1877–1878 гг.

41. Установите соответствие.

а) М.П. Лазарев и Ф.Ф. Беллинсгаузен	1) периодический закон химических элементов
б) Ю.Ф. Лисянский и И.Ф. Крузенштерн	2) учение о неевклидовой геометрии
в) Д.И. Менделеев	3) открытие Антарктиды
г) Н.И. Лобачевский	4) первое кругосветное путешествие в истории России

42. Назовите понятие, не относящееся к реформам 1860–1870-х гг.

- а) присяжные поверенные
- б) мировые посредники
- в) мировой суд
- г) земская управа
- д) военные поселения

43. Завершение объединения Италии произошло

- а) в конце XVIII–начале XIX в.
- б) в 20-е гг. XIX в.
- в) во второй половине XIX в.

44. В результате отмены крепостного права крестьяне получили

- а) право беспрепятственного выхода из общины
- б) личную свободу
- в) землю бесплатно
- г) равные сословные права с купечеством
- д) все вышеперечисленное

45. Установите соответствие.

а) судебная реформа	1) 1874 г.
б) городская реформа	2) 1863 г.

- в) отмена крепостного права 3) 1870 г.
г) устав о всеобщей воинской повинности 4) 1864 г.
5) 1861 г.

46. Одним из основателей I Интернационала был

- а) Ф. Энгельс
б) Э. Бернштейн
в) Ш. Фурье
г) Б. Констан

47. Установите соответствие.

а) Александр I	1) учреждение Государственного совета
б) Николай I	2) ликвидация мировых судов
в) Александр II	3) открытие первой железной дороги
г) Александр III	4) введение всеобщей воинской повинности
д) Николай II	

48. М.А. Бакунин, П.Л. Лавров, П.Н. Ткачев были

- а) сторонниками установления президентской республики
б) теоретиками бланкизма
в) последователями конституционализма
г) идеологами народнического движения

49. После раскола «Земли и воли» в 1879 г. были созданы организации (укажите не менее двух ответов)

- а) «Южнороссийский союз русских рабочих»
б) «Народная воля»
в) «Народная расправа»
г) «Черный передел»
д) «чайковцев»

50. «Первым шагом к конституции» Александр II назвал проект политической реформы

- а) Д.А. Толстого
б) К.П. Победоносцева
в) М.Т. Лорис-Меликова
г) И.Д. Делянова

51. Установите соответствие.

а) Александр I	1) указ об «обязанных крестьянах»
б) Николай I	2) введение института земских начальников
в) Александр II	3) манифест о трехдневной барщине
г) Александр III	4) указ о «вольных хлебопашцах»
	5) земская реформа

52. Рабство в США было отменено

- а) в конце XVIII в.

- б) в первой половине XIX в.
- в) во второй половине XIX в.

53. Ведущая роль в распространении научного социализма в России принадлежала

- а) обществу «чайковцев»
- б) группе «Освобождение труда»
- в) группе Д. Благоева
- г) «Большому обществу пропаганды»

54. Сторонником модернизации страны в окружении Александра III был

- а) К.В. Нессельроде
- б) С.Ю. Витте
- в) В.К. Плеве
- г) К.П. Победоносцев

55. Установите последовательность.

- а) образование Тройственного союза
- б) Венский конгресс
- в) Парижская коммуна
- г) гражданская война в США

56. В конце XIX в. идеи марксизма в России развивали

- а) П.Н. Миллюков, В.Д. Набоков
- б) М.Н. Катков, Н.А. Хомяков
- в) В.И. Ульянов, Г.В. Плеханов
- г) Д.Н. Шипов, М.А. Стахович

57. Съезд, на котором было принято решение об образовании Российской социал-демократической рабочей партии, состоялся

- а) в 1896 г.
- б) в 1897 г.
- в) в 1898 г.
- г) в 1899 г.

58. Основателями Тройственного союза были

- а) Турция, Германия, Австро-Венгрия
- б) Австро-Венгрия, Италия, Турция
- в) Испания, Австро-Венгрия, Германия
- г) Австро-Венгрия, Германия, Италия

59. Установите последовательность.

- а) декабристы
- б) марксисты
- в) западники и славянофилы
- г) народники

60. В царствование Александра III (укажите не менее двух ответов)

- а) упразднена университетская автономия
- б) введен институт земских начальников
- в) установлена полная автономия для Финляндии
- г) ликвидированы земства

61. Установите соответствие.

а) Н. Паганини	1) философ
б) О. Ренуар	2) поэт
в) А. Шопенгауэр	3) писатель
г) Г. Гейне	4) художник
д) О. де Бальзак	5) композитор

62. К концу XIX в. в ряде европейских стран и США

- а) создано индустриальное общество
- б) возникло позднеиндустриальное общество
- в) на смену монополии приходит конкуренция независимых частных производителей

Тема 6. Мир в начале XX в.

Вопросы семинарского занятия

1. Развития западного общества в конце XIX начале XX вв.: основные тенденции и противоречия.

2. Россия в начале XX в.

- первая российская революция 1905-1907 гг. и ее историческое значение.
- эволюция российского общества (1905-1914 гг.): достижения, проблемы и противоречия.

Тесты

1. На рубеже XIX–XX вв.

- а) состоялся очередной передел мира
- б) произошла революция в естествознании
- в) значительная часть колоний обрела независимость
- г) все вышеперечисленное

2. Причины первой российской революции (укажите не менее двух ответов).

- а) отсутствие гражданских прав и свобод
- б) влияние революций на Западе
- в) нерешенность аграрного и национального вопросов
- г) возможность утраты суверенитета

3. На рубеже XIX–XX вв. для Германии и Италии был характерен

- а) быстрый темп и скачкообразность развития
- б) развитая парламентская демократия и сильные либеральные традиции
- в) минимальные остатки традиционного общества

4. В результате русско-японской войны Россия

- а) лишилась южной части о. Сахалин
- б) приобрела права на Южную Маньчжурию
- в) потеряла проливы Босфор и Дарданеллы
- г) ликвидировала дальневосточный флот

5. В период первой российской революции образовались

- а) правительственный, революционный лагеря
- б) правительственный, либерально-демократический лагеря
- в) анархистский, либерально-демократический, революционный лагеря
- г) революционно-демократический, либерально-демократический, правительственный лагеря

6. Установите соответствие.

а) В.И. Ульянов	1) анархист
б) А.И. Гучков	2) социал-демократ
в) П.А. Кропоткин	3) монархист
	4) октябрист

7. Установите последовательность.

- а) I Государственная дума
- б) Всероссийская политическая стачка
- в) вооруженное восстание в Москве
- г) восстание на броненосце «Потемкин»

8. Установите соответствие.

а) В.М. Пуришкевич	1) «Партия народной свободы»
б) П.Н. Милюков	2) партия социалистов-революционеров
в) В.М. Чернов	3) «Союз русского народа»
г) Ю.О. Мартов	

9. Аграрную реформу в годы первой российской революции стал осуществлять

- а) С.Ю. Витте
- б) П.А. Столыпин
- в) Н.А. Хомяков
- г) А.И. Гучков

10. Составной частью аграрной реформы в России в 1906–1916 гг.

- а) стал передел помещичьей земли
- б) была переселенческая политика
- в) был выкуп повинностей
- г) все вышеперечисленное

11. Установите соответствие.

а) К.С. Малевич	1) композитор
б) Н.А. Римский-Корсаков	2) оперный певец
в) Л.В. Собинов	3) поэт
г) А. Белый	4) художник
	5) архитектор

12. В ходе первой российской революции

- а) создана Государственная дума
- б) организован Центральный военно-промышленный комитет
- в) создан Всероссийский союз городов
- г) все вышеперечисленное

13. Аграрная реформа в России в 1906–1916 гг. предусматривала

- а) ликвидацию помещичьего землевладения
- б) преимущественное развитие общинного землевладения
- в) создание хуторов и отрубов
- г) все вышеперечисленное

14. Установите соответствие.

а) первая российская революция	1) 1907–1912 гг.
б) Русско-японская война	2) 1905–1907 гг.
в) III Государственная дума	3) 1912–1917 гг.
	4) 1904–1905 гг.

15. Характерными чертами развития России в начале XX в. были (укажите не менее двух ответов)

- а) незавершенность аграрного переворота
- б) классовая структура, типичная для индустриального общества
- в) завершенность индустриализации
- г) неизжитые черты сословности

Тема 7. Первая мировая война и её последствия.

Вопросы семинарского занятия и

1. Причины, характер, основные этапы и последствие I мировой войны.
2. Россия в условиях войны и общенационального кризиса (1914–Февраль 1917 гг.).
3. Октябрь 1917 г. и его историческое значение: современные оценки.
4. Гражданская война и интервенция:
 - причины, социальная сущность;
 - белые и красные»: социальный состав, идеология, программы;
 - итоги и уроки Гражданской войны.
5. Политика «военного коммунизма» 1918–1920 гг. ее сущность и последствия.

Тесты

1. Основные причины Первой мировой войны (укажите не менее двух ответов).
 - а) борьба за передел мира, рынки сбыта, источники сырья и колонии
 - б) гибель в Сараево наследника австрийского престола Франца Фердинанда
 - в) германо-болгарские противоречия
 - г) англо-германские противоречия

2. Основными фронтами Первой мировой войны были
 - а) Восточный и Кавказский
 - б) Западный, Дальневосточный и Кавказский
 - в) Западный и Восточный

3. Ведущую роль в составе Антанты играли
 - а) Сербия, Россия, Франция
 - б) Англия, Франция, Россия
 - в) Россия, Болгария, Франция
 - г) Черногория, Россия, Англия

4. В 1914 г. российская армия провела наступательные операции
 - а) в районе р. Марна и Силезии
 - б) в Восточной Пруссии и Галиции
 - в) в районе Лодзи и Августова

5. Наступление русской армии, получившее название «Брусиловский прорыв», произошло
 - а) в 1914 г.
 - б) в 1915 г.
 - в) в 1916 г.
 - г) в 1917 г.

6. Установите соответствие.

а) И.И. Мечников	1) Нобелевская премия за исследования в области иммунологии
б) К.Э. Циолковский	2) теория самолетостроения
в) В.И. Вернадский	3) учение о ноосфере
	4) теория ракетного движения

6. Задачами Февральской революции 1917 г. в России были (укажите не менее двух ответов)
 - а) создание условий для свободного развития капитализма
 - б) социалистическое переустройство общества
 - в) введение конституционного строя
 - г) установление власти рабочих и мелкобуржуазных слоев

7. В результате Февральской революции 1917 г. в России
 - а) введены религиозные ограничения

- б) установилось двоевластие
- в) победил фермерский путь развития в сельском хозяйстве

8. Консервативно-либеральную альтернативу для России после февраля 1917 г. предлагали

- а) энесы
- б) кадеты
- в) правые эсеры
- г) все вышеперечисленные

9. Временное правительство в марте–октябре 1917 г. возглавляли

- а) Г.Е. Львов, А.Ф. Керенский
- б) Л.Д. Троцкий, Г.Е. Львов
- в) А.Ф. Керенский, А.И. Гучков
- г) А.Ф. Керенский, Л.Г. Корнилов

10. Сторонниками социалистической альтернативы после свержения самодержавия в России были

- а) меньшевики
- б) большевики
- в) эсеры
- г) все вышеперечисленные

11. Установите последовательность.

- а) I съезд Советов
- б) нота о продолжении войны до победного конца
- в) создание Петроградского совета рабочих депутатов
- г) отречение Николая II от престола

12. Кризисы власти в России происходили (укажите не менее двух ответов)

- а) в мае 1917 г.
- б) в апреле 1917г.
- в) в июне 1917 г.
- г) в июле 1917 г.

13. Установите последовательность.

- а) конец двоевластия
- б) выступление Л.Г. Корнилова
- в) объявление России республикой

14. Большевики пришли к власти

- а) после июльских событий 1917 г.
- б) по итогам выборов в Учредительное собрание
- в) в октябре 1917 г.
- г) в результате перевыборов в Московский совет

15. II Всероссийский съезд Советов (укажите не менее двух ответов)

- а) разрешил приватизацию предприятий и банков
- б) принял декреты о мире и о земле
- в) избрал ВЦИК и Совнарком
- г) принял Конституцию страны

16. Декрет о земле, принятый II Всероссийским съездом Советов,

- а) разрешил куплю-продажу земли
- б) ввел уравнительное землепользование
- в) запретил общинное землевладение
- г) все вышеперечисленное

17. На выборах в Учредительное собрание большинство голосов получили

- а) социалистические партии
- б) кадеты
- в) октябристы

18. Распуск Учредительного собрания произошел

- а) в декабре 1917 г.
- б) в январе 1918 г.
- в) в июле 1918 г.
- г) в январе 1919 г.

19. «Красногвардейская атака на капитал» —

- а) денационализация промышленности, транспорта, банков, торговли
- б) социально-экономическая политика первых месяцев советской власти
- в) предложение воюющим державам заключить мир без территориальных претензий и контрибуций

20. В 1918 г. в российской деревне были созданы

- а) рабфаки
- б) комбеды
- в) ликбезы

21. Причины Гражданской войны в России (укажите не менее двух ответов).

- а) непоследовательная политика советской власти в отношении крестьянства
- б) поражение в Первой мировой войне
- в) революции в Европе, Америке и Азии
- г) стремление свергнутых классов ликвидировать советскую власть

22. Заключение Брестского мира привело

- а) к поражению Антанты
- б) к созданию прочного союза между советской Россией и Германией
- в) к потерям советской Россией значительной территории
- г) к выходу Германии из войны

23. В годы гражданской войны главой советского правительства был

- а) Г.В. Чичерин
- б) Г.Е. Зиновьев
- в) Я.М. Свердлов
- г) В.И. Ульянов

24. Продовольственная диктатура в российской деревне была введена

- а) в декабре 1917 г.
- б) весной 1918 г.
- в) в конце 1918 г.
- г) в январе 1919 г.

25. Первая мировая война завершилась

- а) поражением Германии и ее союзников
- б) выходом России из войны
- в) распадом Британской империи
- г) ликвидацией колониальной зависимости

26. В 1918–1919 гг. произошли революции

- а) в Венгрии
- б) в Германии
- в) в Финляндии
- г) во всех вышеперечисленных странах

27. Политика «военного коммунизма» —

- а) «левая политика правыми руками»
- б) политика большевиков весной 1918 г.
- в) попытка ускоренного перехода к коммунизму с помощью чрезвычайных мер
- г) продовольственная диктатура, создание продотрядов и комбедов

28. Элементы политики «военного коммунизма» (укажите не менее двух ответов).

- а) национализация
- б) приватизация
- в) отмена выкупных платежей
- г) продразверстка

Тема 8. Мир между двумя войнами: основные тенденции, противоречия, проблемы (1918 – 1939гг.).

Вопросы семинарского занятия

1. Кризис Европейской цивилизации и поиски выхода из него.
 - американский вариант (новый курс Рузвельта);
 - германский вариант (фашизм).
2. Советская Россия - СССР: поиски путей социально-экономического развития.
 - образование СССР;

- НЭП: сущность и результаты;
- форсированное строительство социализма в СССР: ход и результаты.
- формирование режима личной власти И.В. Сталина.

Тесты

1. В середине 1920-х гг. страны Западной Европы
 - а) вступили в длительную полосу кризиса
 - б) переживали резкий всплеск политической активности населения
 - в) вступили в полосу стабильности

2. В 1920–1921 гг. в советской России
 - а) разразился голод
 - б) поставлено под вопрос сохранение власти большевиков
 - в) возник кризис в РКП (б)
 - г) все вышеперечисленное

3. Одной из причин восстания в Кронштадте в 1921 г. стало недовольство его участников
 - а) приватизацией промышленности
 - б) переходом к общинному землевладению
 - в) системой насильственного изъятия продовольствия у крестьян

4. Модель международных отношений между двумя мировыми войнами называлась
 - а) Сен-Жерменской
 - б) Версальско-Вашингтонской
 - в) Севрской
 - г) «14 пунктов» В. Вильсона

5. Черты модели нэповской организации общества (укажите не менее двух ответов).
 - а) административно-рыночная система хозяйства
 - б) отсутствие государственной собственности на крупную промышленность
 - в) поощрение роста индивидуального крупного товарного хозяйства в деревне
 - г) хозрасчет в промышленности на уровне трестов

6. Предпосылка образования СССР –
 - а) устойчивое международное положение молодых советских республик
 - б) отсутствие экономического разделения труда между различными районами
 - в) общность исторических судеб народов многонационального государства

7. Автором плана вхождения республик в состав РСФСР на правах автономных был
 - а) В.И. Ленин
 - б) Л.Д. Троцкий
 - в) Л.Б. Каменев
 - г) И.В. Сталин

8. Принцип создания СССР.

- а) республики ведают вопросами внешней политики
- б) право республик на самоопределение вплоть до отделения
- в) республики входят в РСФСР на правах автономных
- г) республики имеют собственные вооруженные силы

9. В состав СССР в 1922 г. наряду с РСФСР вошла

- а) ЗСФСР
- б) Киргизская ССР
- в) Литва

10. В соответствии с Конституцией СССР 1924 г. высшим органом власти был

- а) Совет Союза
- б) съезд Советов СССР
- в) ЦИК СССР
- г) Совнарком СССР

11. Причины внутрипартийной борьбы в СССР в 1920-е гг. (укажите не менее двух ответов).

- а) появление в партийном руководстве различных предложений о преодолении хозяйственных затруднений
- б) переход лидеров на социал-демократические позиции
- в) борьба за власть
- г) установление в стране плюралистической общественной модели

12. Установите последовательность.

- а) «новая» оппозиция
- б) борьба с Л.Д. Троцким
- в) правый уклон в ВКП (б)
- г) «троцкистско-зиновьевская» оппозиция

13. Новая экономическая политика включала в себя

- а) замену продразверстки натуральным налогом
- б) разрешение товарно-денежных отношений
- в) частичную денационализацию промышленности
- г) все вышеперечисленное

14. Причина кризисов нэпа –

- а) отказ от монополии внешней торговли
- б) перенасыщение рынка иностранными кредитами
- в) низкая товарность аграрного сектора

15. Противоречие нэпа –

- а) противоречие между ростом иностранных займов и возможностями промышленности

- б) противоречие между «Крестьянским союзом» и частнопредпринимательским сектором
- в) противоречие между многообразием социальных интересов и авторитаризмом большевиков

16. В 1920-е гг. в СССР задачу обучения взрослого населения грамотности осуществляли

- а) ревкомы
- б) чоны
- в) ликбезы

17. Цели индустриализации в СССР (укажите не менее двух ответов).

- а) ликвидация частного сектора
- б) создание мощной тяжелой промышленности
- в) окончательный перевод легкой промышленности на рыночные отношения
- г) преодоление экономической отсталости
- д) строительство Транссибирской железной дороги

18. Источники накопления средств для проведения индустриализации (укажите не менее двух ответов).

- а) экспорт хлеба
- б) денежная эмиссия
- в) займы у населения
- г) привлечение средств частных инвесторов внутри страны
- д) иностранные займы

19. В СССР форсированная индустриализация начала осуществляться

- а) в начале 1920-х гг.
- б) в конце 1920-х гг.
- в) в середине 1930-х гг.

20. Цели коллективизации сельского хозяйства в СССР (укажите не менее двух ответов).

- а) обобществление производительных сил деревни
- б) приватизация земельных наделов
- в) расширение привилегий крестьян
- г) обеспечение бесперебойного снабжения городов и армии продовольствием

21. Мировой экономический кризис разразился

- а) в 1928–1930 гг.
- б) в 1928–1932 гг.
- в) в 1929–1933 гг.
- г) в 1931–1933 гг.

22. Д. Кейнс для выхода из мирового экономического кризиса предлагал

- а) отменить институты социального партнерства

- б) сузить сферу потребления и спроса
- в) создать государственный механизм экономического регулирования
- г) все вышеперечисленное

23. Установите последовательность.

- а) замена продразверстки натуральным налогом
- б) начало коллективизации сельского хозяйства
- в) образование СССР
- г) переход к форсированной индустриализации

24. В 1924–1930 гг. Совнарком СССР возглавлял

- а) И.В. Сталин
- б) А.И. Рыков
- в) Л.Б. Каменев
- г) В.В. Куйбышев

25. Какое событие произошло позже других?

- а) Рижский мир
- б) разрыв дипломатических отношений между Англией и СССР
- в) «полоса» дипломатического признания СССР
- г) Генуэзская конференция

26. Г.Е. Зиновьев, Н.И. Бухарин

- а) руководили внешней политикой
- б) возглавляли Социнтерн
- в) были лидерами оппозиции
- г) все вышеперечисленное

27. Установите соответствие.

а) И. Бунин	1) художник
б) В. Пудовкин	2) скульптор
в) И. Шадр	3) кинорежиссер
г) К. Петров-Водкин	4) Нобелевская премия по литературе
	5) архитектор

28. Пролеткульт

- а) выступал за плюрализм в художественном творчестве
- б) предлагал утверждение в обществе особой пролетарской культуры
- в) декларировал неизбежность возрождения дореволюционных традиций искусства

29. Голод 1932–1933 гг. в СССР возник

- а) отчасти из-за погодных условий
- б) по причине тяжелого материального положения крестьян
- в) из-за хлебозаготовок, проводимых по принципу продразверстки
- г) все вышеперечисленное

30. В 1933 г. к власти в Германии пришли

- а) социал-демократы
- б) коммунисты
- в) национал-социалисты

31. Дипломатические отношения между СССР и США были установлены

- а) в 1932 г.
- б) в 1933 г.
- в) в 1935 г.

32. Политику «нового курса» проводил

- а) К. Кулидж
- б) У. Гардинг
- в) Т. Рузвельт
- г) Ф. Рузвельт

33. Участники движения за перевыполнение производственного плана –

- а) рабфаковцы
- б) двадцатипятидесятники
- в) стахановцы
- г) выдвиженцы

34. В ходе первых пятилеток в СССР были построены (укажите не менее двух ответов)

- а) Кузнецкий металлургический комбинат
- б) нефтедобывающие предприятия в Западной Сибири
- в) автозавод в Куйбышеве
- г) Днепрогэс

35. В середине 1930-х гг. Народные фронты пришли к власти (укажите не менее двух ответов)

- а) в Испании
- б) в Италии
- в) во Франции
- г) в Англии

36. В ходе «культурной революции» в СССР

- а) установлено господство марксистско-ленинской идеологии
- б) в основном ликвидирована неграмотность
- в) создана интеллигенция нового типа
- г) все вышеперечисленное

37. Установите соответствие.

а) С.М. Эйзенштейн	1) литература
б) П.Л. Капица	2) театр
в) В.Г. Ян	3) наука
г) В.Э. Мейерхольд	4) кинематограф

5) балет

38. Последствия индустриализации в СССР (укажите не менее двух ответов).

- а) ликвидация безработицы
- б) резкий рост объема промышленного производства
- в) высокий уровень жизни большинства населения
- г) преимущественное обеспечение стран Западной Европы советскими товарами народного потребления

39. Последствия коллективизации сельского хозяйства в СССР (укажите не менее двух ответов).

- а) раскрестьянивание деревни
- б) расширение земельных наделов индивидуальных крестьянских хозяйств
- в) организация коллективных хозяйств
- г) создание условий для мобильности крестьянства

40. Предпосылки формирования тоталитарного режима в СССР (укажите не менее двух ответов).

- а) низкий культурный уровень населения
- б) демократические традиции государственности
- в) наличие легального оппозиционного движения
- г) бюрократизация государственного и партийного аппарата

41. Характерные черты политической системы СССР в 1930-е гг. (укажите не менее двух ответов).

- а) отсутствие выборов в органы власти
- б) однопартийная система
- в) свобода оппозиции внутри правящей партии
- г) запрет оппозиционной деятельности в стране

42. Установите соответствие.

а) принятие Конституции СССР	1) 1934 г.
б) принятие СССР в Лигу Наций	2) 1935 г.
в) пакт о взаимопомощи между СССР и Францией	3) 1936 г.
	4) 1937 г.

43. Массовые репрессии 1930-х гг. в СССР (укажите не менее двух ответов)

- а) установили четкое разделение ветвей власти
- б) законодательно ограничили сроки пребывания на одной должности для партийно-государственных кадров
- в) привели к уничтожению представителей различных слоев общества
- г) способствовали окончательному утверждению режима личной власти Сталина
- д) все вышеперечисленное

44. В 1930-е гг. СССР предлагал создать в Европе систему

- а) вооруженного нейтралитета
- б) коллективной безопасности
- в) умиротворения агрессора

45. Установите последовательность.

- а) гражданская война в Испании
- б) Мюнхенское соглашение
- в) аншлюс Австрии

Тема 9. Вторая мировая война.

Вопросы семинарского занятия

1. Международные отношения накануне и в начале Второй мировой войны.
2. Основные этапы Второй мировой войны.
3. Великая Отечественная война советского народа.
 - цели и характер Великой Отечественной войны;
 - начальный период войны, Московская битва;
 - коренной перелом в Великой Отечественной войне (Сталинградская и Курская битвы).
 - завершающий период Великой Отечественной войны (1944-май 1945 гг.).
 - решающий вклад Советского Союза в разгром фашизма и милитаристской Японии, истоки и цена победы.

Тесты

1. Установите соответствие.

а) советско-финская война	1) 1939 г.
б) присоединение Западной Украины и Западной Белоруссии	2) 1940 г.
в) присоединение Бессарабии и Северной Буковины	3) 1939–1940 гг.
г) договор СССР и Японии о нейтралитете	4) 1941 г.
	5) 1940–1941 гг.

2. Советско-германский пакт о ненападении был подписан

- а) 23 августа 1939 г.
- б) 28 сентября 1939 г.
- в) 12 марта 1940 г.
- г) 13 апреля 1941 г.

3. Установите последовательность.

- а) «странная война»
- б) поражение Франции
- в) нападение Германии на Польшу

г) подписание Германией, Италией и Японией Тройственного пакта

4. Установите последовательность.

- а) исключение СССР из Лиги Наций
- б) срыв англо-франко-советских переговоров в Москве
- в) советско-германский договор «О дружбе и границе»

5. Сопротивление во Франции в годы Второй мировой войны возглавил (-о)

- а) маршал Петен
- б) генерал Шарль де Голль
- в) правительство Виши

6. Как назывался план нападения Германии на СССР?

- а) «Ост»
- б) «Тайфун»
- в) «Барбаросса»
- г) «Вайс»

7. Режим, установленный Германией на захваченных территориях, назывался

- а) коллаборационизм
- б) «новый порядок»
- в) «режим умиротворения»

8. В годы Великой Отечественной войны был создан

- а) Совет труда и обороны
- б) Государственный комитет обороны СССР
- в) Совет министров СССР
- г) Совет рабочей и крестьянской обороны

9. Причина поражения Красной армии в начальный период Великой Отечественной войны.

- а) оборонительный характер советской военной доктрины
- б) отсутствие информации о сосредоточении немецких войск у границ СССР
- в) переоценка возможностей политическими средствами предотвратить войну

10. Миф о непобедимости немецкой армии был окончательно развеян

- а) в сражении за Ленинград
- б) под Смоленском
- в) в битве за Москву
- г) при обороне Севастополя

11. Установите последовательность.

- а) военный парад на Красной площади в Москве
- б) взятие Ленинграда в кольцо блокады
- в) оборона Брестской крепости
- г) контрнаступление советских войск под Москвой

12. США вступили в войну

- а) по окончании Московской битвы
- б) после поражения Франции
- в) в результате событий у Эль-Аламейна
- г) после трагедии на военно-морской базе Перл-Харбор

13. Подписание 1 января 1942 г. в Вашингтоне 26 государствами декларации Объединенных Наций

- а) положило начало организации антигитлеровской коалиции
- б) решило вопрос о будущем устройстве Европы
- в) завершило процесс создания антифашистской коалиции

14. В годы Великой Отечественной войны начальником Генерального штаба Красной армии был

- а) И.С. Конев
- б) А.М. Василевский
- в) К.А. Мерецков
- г) И.Х. Баграмян

15. Весной 1942 г. наступательные операции Красной армии в районе Керчи и Харькова

- а) завершились победой советских войск
- б) привели к длительной стратегической паузе на фронте
- в) имели следствием переход стратегической инициативы к немецким войскам
- г) ослабили немецкое наступление на западном фронте военных действий

16. Командование фронтами в годы Великой Отечественной войны осуществляли (укажите не менее двух ответов)

- а) Г.К. Жуков, К.Е. Ворошилов
- б) А.В. Горбатов, С.М. Буденный
- в) С.К. Тимошенко, А.И. Егоров
- г) И.С. Конев, Н.Ф. Ватутин

17. Система передачи США займы и в аренду вооружений, продовольствия, различных товаров странам-союзницам называлась

- а) конвергенция
- б) ленд-лиз
- в) моноцентризм
- г) кооперация

18. Укажите хронологические рамки Сталинградской битвы.

- а) 19 ноября 1942 г.–2 февраля 1943 г.
- б) 17 июля 1942 г.–2 февраля 1943 г.
- в) 28 июля 1942 г.–2 февраля 1943 г.

19. Одним из руководителей партизанского движения был

- а) К.Е. Ворошилов
- б) В.Ф. Трибуц
- в) А.Г. Головкин

20. Укажите хронологические рамки Курской битвы.

- а) 5 июля–5 августа 1943 г.
- б) 12 июля–23 августа 1943 г.
- в) 5 июля 1942 г.–23 августа 1943 г.

21. Танковое встречное сражение в ходе Курской битвы состоялось

- а) в районе Орла
- б) в районе Прохоровки
- в) под Харьковом
- г) под Понирями

22. К.К. Рокоссовский, М.М. Попов, В.Д. Соколовский в период Курской битвы

- а) руководили тыловым обеспечением войск
- б) были командирами отдельных боевых частей
- в) командовали фронтами

23. Первый салют в годы Великой Отечественной войны был дан в честь освобождения

- а) Харькова и Донбасса
- б) Белгорода и Орла
- в) Киева и Одессы

24. Операции «Рельсовая война» и «Концерт» (август–сентябрь 1943 г.) были проведены

- а) танковыми группами
- б) партизанами
- в) армейскими соединениями

25. Установите соответствие.

а) Московская битва	1) начало коренного перелома в ходе войны
б) Сталинградская битва	2) завершение коренного перелома в ходе войны
в) Курская битва	3) крах немецкого плана «молниеносной войны»

26. Важный фактор коренного перелома на советско-германском фронте –

- а) перестройка тыла на военный лад
- б) потеря Германией части Европы
- в) выход Италии из войны

27. Осенью 1943 г. Красная армия в ходе наступления (укажите не менее двух ответов)

- а) форсировала Днепр
- б) взяла Севастополь

- в) освободила Киев
- г) освободила Западную Украину

28. Решение об открытии второго фронта было принято

- а) на Крымской конференции
- б) во время визита У. Черчилля в Москву
- в) на Тегеранской конференции

29. Полное снятие блокады Ленинграда произошло

- а) в январе 1943 г.
- б) в декабре 1943 г.
- в) в январе 1944 г.

30. Операция по освобождению Белоруссии называлась

- а) «Кутузов»
- б) «Суворов»
- в) «Румянцев»
- г) «Багратион»

31. Второй фронт в Европе был открыт

- а) в декабре 1943 г.
- б) в июне 1944 г.
- в) в августе 1944 г.
- г) осенью 1944 г.

32. Главной целью боевых действий Красной армии осенью 1944 г. было

- а) взятие Минска
- б) освобождение Будапешта
- в) полное освобождение территории СССР от оккупантов

33. Главами делегаций СССР, Великобритании и США на Ялтинской конференции были

- а) И. Сталин, У. Черчилль, Г. Трумэн
- б) И. Сталин, У. Черчилль, Ф. Рузвельт
- в) И. Сталин, К. Эттли, Г. Трумэн

34. Война в Европе завершилась

- а) в апреле 1945 г.
- б) в мае 1945 г.
- в) в сентябре 1945 г.

35. Установите соответствие.

а) Тегеранская конференция	1) ноябрь—декабрь 1943 г.
б) создание ООН	2) апрель 1945 г.
в) Потсдамская конференция	3) февраль 1945 г.
г) Ялтинская конференция	4) август 1945 г.
д) атомные бомбардировки	

США японских городов 5) июль–август 1945 г.

36. В годы Великой Отечественной войны

- а) установлено звание маршала
- б) учрежден орден Победы
- в) отменена карточная система
- г) все вышеперечисленное

37. Вторая мировая война завершилась

- а) 9 мая 1945 г.
- б) 9 августа 1945 г.
- в) 2 сентября 1945 г.

38. В годы Великой Отечественной войны трижды Героями Советского Союза стали (укажите не менее двух ответов)

- а) А.И. Покрышкин
- б) Л.А. Говоров
- в) И.Н. Кожедуб
- г) Р.Я. Малиновский

39. Факторы победы СССР в Великой Отечественной войне (укажите не менее двух ответов).

- а) межнациональное единство народов
- б) смена высшего политического руководства в годы войны
- в) патриотизм

40. Большие потери среди гражданского населения на оккупированной территории СССР объясняются (укажите не менее двух ответов)

- а) массовыми восстаниями населения против оккупационных властей
- б) жестокостью условий оккупационного режима
- в) коллаборационизмом части населения

41. Какая территория была включена в состав СССР после завершения Великой Отечественной войны?

- а) Западная Украина
- б) часть Восточной Пруссии
- в) Латвия

Тема 10. Мир в первое послевоенное десятилетие (1945 г. – середина 1950-х гг.).

Вопросы семинарского занятия

1. Геополитические изменения после Второй мировой войны.
2. «Холодная война» причины, сущность.
3. СССР в первое послевоенное десятилетие.

Тесты

1. После Второй мировой войны

- а) начался кризис и распад колониальной системы
- б) создан биполярный мир
- в) произошел раскол Европы
- г) все вышеперечисленное

2. Автором речи, положившей начало «холодной войне», был

- а) Г. Трумэн
- б) Дж. Кеннан
- в) У. Черчилль
- г) К. Эттли

3. Политическая, экономическая, идеологическая конфронтация двух общественных систем в послевоенный период называется _____ .

4. В 1949 г.

- а) образована Китайская народная республика
- б) подписан договор о создании НАТО
- в) возникли ФРГ и ГДР
- г) все вышеперечисленное

5. Установите последовательность.

- а) война в Корее
- б) политический кризис в Венгрии
- в) начало «холодной войны»
- г) создание Организации Варшавского договора

6. План Маршалла способствовал восстановлению экономики

- а) СССР
- б) восточноевропейских стран
- в) стран Западной Европы
- г) все вышеперечисленное

7. В 1945–1953 гг. в СССР (укажите не менее двух ответов)

- а) восстановлена промышленность
- б) осуществлялось широкомасштабное жилищное строительство
- в) возобновлены репрессии
- г) отменены льготы для партийно-государственных работников

8. Постановление ЦК ВКП (б) «О журналах «Звезда» и «Ленинград» (август 1946 г.) подвергло критике творчество

- а) Д. Шостаковича, С. Прокофьева
- б) С. Герасимова, С. Эйзенштейна
- в) А. Ахматовой, М. Зощенко

9. Какое событие произошло позже других?

- а) первое испытание советской атомной бомбы

- б) переименование ВКП (б) в КПСС
- в) преобразование Совнаркома СССР в Совет министров СССР

10. Во второй половине 1940-х– начале 1950-х гг. в СССР (укажите не менее двух ответов)

- а) велась разработка новой Конституции СССР и программы партии
- б) репрессированные народы возвращались в места прежнего проживания
- в) произошел отказ от прежнего курса в отношении сельского хозяйства
- г) проводилась кампания по борьбе с космополитизмом

11. Внешнюю политику СССР в 1945–1953 гг. характеризует

- а) расширение культурного обмена со странами Западной Европы
- б) усиление влияния СССР в Восточной Европе
- в) ведущая роль в восстановлении Западной Европы

Тема 11. Мир в условиях НТР и «холодной войны».

Вопросы семинарского занятия

1. НТР и ее влияние на ход исторического развития.
2. СССР в условиях развития НТР и «холодной войны»: успехи и проблемы (сер. 1950-х – сер. 1980-х гг.).
 - а) рождение и крах «оттепели»;
 - б) 1960-е – сер. 1980-х гг.: достижения проблемы, противоречия.

Тесты

1. Укажите событие, произошедшее раньше других.
 - а) полет Ю.А. Гагарина в космос
 - б) создание совнархозов
 - в) отставка Н.С. Хрущева
 - г) начало освоения целинных и залежных земель
2. Характерными чертами внутриполитического развития СССР в 1953–1964 гг. были (укажите не менее двух ответов)
 - а) отмена всех цензурных ограничений
 - б) борьба за власть внутри высшего руководства страны
 - в) реабилитация репрессированных
 - г) развитие личных подсобных хозяйств
3. Укажите понятие, не относящееся к периоду правления Н.С. Хрущева
 - а) совнархозы
 - б) реабилитация
 - в) развитой социализм
 - г) мирное сосуществование

4. Относительная либерализация во внутренней и внешней политике СССР в 1953–1964 гг. называлась _____ .

5. Административно-экономическая реформа 1957 г. предусматривала

- а) перевод промышленности и сельского хозяйства на самоокупаемость
- б) переход к территориальному принципу управления
- в) количественный рост министерств
- г) все вышеперечисленное

6. Качественное преобразование производительных сил на основе превращения науки в ведущий фактор общественного производства называется _____ .

7. Последствия научно-технической революции (укажите не менее двух ответов).

- а) возрастание доли населения в аграрном секторе
- б) сокращение сферы обслуживания
- в) рост производительности труда
- г) изменения в социальной структуре общества

8. На XX съезде КПСС Н.С. Хрущев в докладе «О культе личности и его последствиях» обвинил в массовых репрессиях

- а) политический режим в СССР
- б) Сталина и Берия
- в) всех соратников Сталина

9. Во второй половине 1950-х – первой половине 1960-х гг. в СССР

- а) введены пенсии для колхозников
- б) расширены права союзных республик
- в) значительно возросли темпы жилищного строительства
- г) все вышеперечисленное

10. XX съезд КПСС

- а) обосновал тезис о мирном существовании как форме классовой борьбы
- б) закрепил принцип конвергенции
- в) провозгласил преимущество общечеловеческих ценностей над классовыми

11. Президентом США во время Карибского кризиса был

- а) Л. Джонсон
- б) Р. Никсон
- в) Дж. Кеннеди

12. Во внешнеполитической области Н.С. Хрущев

- а) отказался от диктата в отношениях с социалистическими странами
- б) нормализовал отношения с Югославией
- в) добился сокращения запасов атомного оружия в мире

13. Во второй половине 1950-х гг. отношения внутри социалистического лагеря обострились

- а) по причине прекращения помощи от СССР
- б) из-за критики культа личности Сталина
- в) вследствие ликвидации СЭВ

14. Даты 1957 г. и 1961 г. отражают события, связанные

- а) с принятием пятилетних планов
- б) с изменениями Конституции СССР
- в) с запуском космических кораблей

15. Под давлением власти от Нобелевской премии отказался

- а) М.А. Шолохов
- б) Б.Л. Пастернак
- в) А.И. Солженицын
- г) Л.В. Канторович

16. Смещение Н.С. Хрущева с партийных и государственных постов

- а) обусловлено возникшими экономическими и социальными проблемами в стране
- б) связано с его личными качествами
- в) вызвано просчетами в реализации внешнеполитического курса
- г) все вышеперечисленное

17. Реформа 1965 г. в области промышленного производства в СССР предусматривала

- а) укрепление территориального принципа управления
- б) сочетание централизации руководства с расширением хозяйственной самостоятельности предприятий
- в) рост числа обязательных плановых показателей

18. Реформа 1965 г. в области сельского хозяйства СССР предусматривала

- а) увеличение количества отчетных показателей
- б) усиление материальной заинтересованности работников в росте производства
- в) повышение ставки подоходного налога

19. Экономическими реформами в СССР второй половины 1960-х гг. руководил

- а) А.И. Микоян
- б) П.Е. Шелест
- в) А.Н. Косыгин
- г) А.Н. Шелепин

20. Результат экономической реформы в СССР второй половины 1960-х гг. —

- а) преимущественное развитие легкой промышленности
- б) увеличение производства промышленной и сельскохозяйственной продукции
- в) децентрализация управления экономикой

21. Причина неудачи экономических реформ в СССР второй половины 1960-х гг. –

- а) территориальный принцип управления народным хозяйством
- б) открытое противодействие со стороны широких слоев населения
- в) противоречие между директивной экономикой и расширением самостоятельности трудовых коллективов
- г) противоречие между СССР и западными странами из-за форм и сроков реформ

22. В начале 1970-х гг. СССР и США

- а) заключили договор об ограничении стратегических наступательных вооружений (ОСВ-1)
- б) договорились о ликвидации американских военных баз в Европе
- в) сняли все ограничения в сфере кредитования и торгового оборота
- г) все вышеперечисленное

23. 1970-е гг. в международных отношениях называют периодом

- а) конфронтации
- б) конвергенции
- в) разрядки

24. Понятие «доктрина Брежнева» означало

- а) установление партнерских отношений с НАТО
- б) право на вторжение в союзные страны под предлогом защиты социализма
- в) предоставление восточноевропейским странам полной свободы во внутренней и внешней политике

24. Характерными чертами советской экономики 1970-х–начала 1980-х гг. были (укажите не менее двух ответов)

- а) ослабление директивного начала в управлении экономическими процессами
- б) привлечение иностранного капитала
- в) ориентация на увеличение экспорта природно-сырьевых ресурсов
- г) нарастание кризисных явлений в отраслях народного хозяйства

Тема 12. Мир на рубеже XX-XXI вв.

Вопросы семинарского занятия

1. Глобализация общественно-исторических процессов на рубеже тысячелетий.

2. СССР на пути кардинального реформирования общества – «перестройка»: замыслы, ход, результаты (сер. 1980-х гг. – 1991 г).

3. Развал СССР и его геополитические последствия.

4. Россия и мир в начале XXI в.

5. Результаты становления однополярного мира. Глобальная цивилизация или столкновение цивилизаций?

Тесты

1. Процесс формирования единого общемирового финансово-информационного пространства на основе новых технологий – _____ .

2. Достоинство глобализации –

- а) рост количества и качества продукции на мировых рынках
- б) возрастание масштабов миграции населения
- в) влияние массовой культуры

3. Интеграция в современном мире сопровождается

- а) резким уменьшением разрыва между богатым Севером и бедным Югом
- б) сокращением рисков для мировой экономики
- в) усилением конкурентной борьбы

4. Проявление глобализации в международных отношениях –

- а) жесткий контроль над финансово-экономическими потоками
- б) укрепление национально-государственного суверенитета
- в) распространение западных стандартов

5. Глобальная проблема современности –

- а) этнографическая
- б) демографическая
- в) инвестиционная
- г) диверсификация

6. В начале XXI в. в России

- а) снижен пенсионный возраст
- б) началась административная реформа
- в) принята новая Конституция
- г) все вышеперечисленное

7. В.В. Путин впервые избран президентом России

- а) в 1999 г.
- б) в 2000 г.
- в) в 2001 г.
- г) в 2003 г.

8. Авторы гимна современной России (укажите не менее двух ответов).

- а) Р. Рождественский
- б) С. Михалков
- в) А. Вознесенский
- г) А. Александров

9. В начале XXI в. ведущие позиции в российской экономике занимает

- а) оборонно-промышленный комплекс
- б) малое предпринимательство
- в) добыча природно-сырьевых ресурсов

10. Одно из ведущих мест в современной мировой экономике принадлежит

- а) Сингапуру
- б) Венесуэле
- в) Китаю
- г) Греции

11. Позже других возникла политическая партия

- а) КПРФ
- б) «Единая Россия»
- в) «Яблоко»
- г) ЛДПР

12. Лауреаты Нобелевской премии (укажите не менее двух ответов) –

- а) Е. Евтушенко
- б) А. Абрикосов
- в) В. Гинзбург
- г) В. Пелевин

13. Приоритетные национальные проекты в России в начале XXI в. (укажите не менее двух ответов).

- а) здравоохранение
- б) энергетика
- в) образование
- г) банковское дело

14. Установите последовательность.

- а) избрание Д.А. Медведева президентом России
- б) создание семи федеральных округов в РФ
- в) «монетизация» льгот правительством М.Е. Фрадкова

15. На международные отношения начала XXI в. серьезное влияние оказала (-и)

- а) ситуация в Восточной Европе
- б) северокорейская проблема
- в) террористические акты в США

16. В начале XXI в. западные страны провели военные операции (укажите не менее двух ответов)

- а) в Греции
- б) в Ираке
- в) в Афганистане
- г) в Северной Корее

17. Глава правительства России в 2008–2012 гг.

- а) Д.А. Медведев
- б) М.Е. Фрадков
- в) В.В. Путин
- г) М.М. Касьянов

18. Мировой финансово-экономический кризис начался

- а) в 2007 г.
- б) в 2008 г.
- в) в 2009 г.

19. Современная Россия решает задачу

- а) формирования гражданского общества
- б) преобразования плановой экономики в рыночную
- в) развития этатизма и коммунальных ценностей

20. Россия вступила во Всемирную торговую организацию

- а) в 2009 г.
- б) в 2010 г.
- в) в 2012 г.

21. В начале 2010-х гг. революции и гражданские войны охватили (укажите не менее двух ответов)

- а) ЮАР, Камбоджу
- б) Ливию, Сирию
- в) Таиланд, Сингапур, Малайзию
- г) Тунис, Египет, Йемен

22. Экологическая проблема

- а) проявилась в отдельных странах
- б) имеет глобальный характер
- в) искусственно создана СМИ

«История и актуальные проблемы зарубежной журналистики»

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине
«История и актуальные проблемы зарубежной журналистики»

1.Появление определения «филиппики» связано с ораторским мастерством

- А. Исократ
- Б. Демосфена
- В. Цицерона
- Г. Сократа

2. «Опыт о деспотизме», «О тайных приказах и государственных тюрьмах», «Письма к моим избирателям» - это сочинения

- А. Мирабо
- Б. Демулена
- В. Ксавьера
- Г. Бабефа

3. Для «книг новостей» («листок новостей») 16-17 века характерно

- А. сочетание политических, военных и церковных известий
- Б. сосредоточенность на одном событии
- В. устойчивая периодичность
- Г. пренебрежение иллюстративным рядом

4. Год основания газеты «Сан» (США) и имя издателя верно соотнесены в варианте

- А. 1835 – Джон Уолтер
- Б. 1835- Хорас Грили
- В. 1833- Бенджамин Дей
- Г. 1841 - Дж. Беннет

5. Укажите неверное высказывание

- А. Война с Россией вынудила Наполеона ослабить контроль за прессой
- Б. Яркими критиками Наполеона стали французские писатели и публицисты Жермена де Сталь и Бенджамен Констан
- В. Крупнейшими бонапартистскими изданиями были «Журналь де Пари» и «Монитор»
- Г. В годы правления Наполеона провинциальная печать более информирована

6. Автор памфлета «Закон о печати»

А. Шарль-Огюстен Сент-Бев

Б. Поль-Луи Курье

В. Теофиль Готье

Г. Альфред де Мюссе

7. Появление нового газетного жанра – «роман-фельетон» связано с журналистикой

А. США

Б. Англии

В. Франции

Г. Италии

8. «Билль о правах» (Англия) был принят

А. в 1671 г.

Б. в 1689 г.

В. в 1724 г.

Г. в 1804 г.

9. В начале 19 века прессу Англии характеризует

А. наличие влиятельной социалистической прессы

Б. техническое отставание издательской индустрии

В. распространение ежеквартальных журналов-обзоров

Г. падение интереса к утренним лондонским газетам

10. Английские ежедневные газеты второй половины 19 века, ориентированные на массового читателя, верно указаны в варианте

А. «Дейли мейл», «Ивнинг ньюс», «Дейли экспресс», «Пэлл-Мэлл газет»

Б. «Дейли телеграф», «Дейли мейл», «Дейли экспресс», «Таймс»

В. «Дейли кроникл», «Дейли экспресс», «Таймс», «Джастис»

Г. Все варианты верные

11. Прессу Германии домартовского периода верно характеризует следующее положение

А. цензурных реформы улучшают условия развития политической прессы

Б. пресса довольствовалась скупы изложением фактов. Скупа и сдержанна в комментариях

В. Защитниками идей французской революции в немецкой периодике стали издания Генриха фон Клейста

Г. наиболее известным изданием младогерманцев была газета «Литературблат» («Литературный листок»)

12. Политическую программу Отто фон Бисмарка выражала

А. «Новая рейнская газета»

- Б. «Северонемецкая всеобщая газета»
- В. «Берлинская ежедневная утренняя газета»
- Г. «Вперед»

13. Страна, в которой на рубеже 19-20 веков по количеству наименований журналов издавалось больше, чем газет

- А. Италия
- Б. Франция
- В. США
- Г. Германия

14. Автор и его выступление верно соотносятся в варианте

- А. Авраам Линкольн – «Письмо к соотечественникам»
- Б. Д. Ф. Купер – «Американское обозрение и литературный журнал за 1801 год»
- В. М. Твен – «Американский демократ»
- Г. Т. Пейн - «Здравый смысл»

15. К какой группе относятся перечисленные ниже имена – лорд Нортклиф, Сесиль Кинг, лорд Бивербрук, лорд Ротермир, лорд Астор и лорд Кемсли?

- А. Члены Британского Парламента;
- Б. Предприниматели, положившие начало семейным монополиям в британской журналистике;
- В. Члены специальной Королевской комиссии по делам печати;
- Г. Новые медиа-магнаты, «люди со стороны».

16. Закон о печати во Франции периода «золотого века», согласно которому отменялись цензура, залог, гербовый сбор предварительное разрешение на новое издание был принят?

- А. 14 июля 1879
- Б. 10 апреля 1890
- В. 29 июня 1881
- Г. 1 мая 1900

17. Для североамериканской прессы начала 19 века характерно

- А. отставание от европейской прессы по количественным показателям роста
- Б. незначительное влияние на политическую ситуацию в стране
- В. преобладание ежедневных изданий над еженедельными
- Г. преимущественный интерес к региональным новостям

18. Зарождение массовой дешевой печати в США приходится на

- А. 1780-1790 г.
- Б. 1830-1840-е г.
- В. 1855-1865-е г.

Г. 1860-1865-е г.

19. Основной конкурент в погоне за сенсацией для газеты Д. Пулицера «Нью-Йорк уорлд»

- А. «Нью-Йорк морнинг джорнэл»
- Б. «Нью-Йорк таймс»
- В. «Вашингтон таймс»
- Г. «Нью-Йорк геральд»

20. Одна из составляющих концепции «нового журнализма» в США

- А. усиление авторского начала в журналистике
- Б. сочетание информативности и развлекательности
- В. интернационализм
- Г. увеличение объема литературных материалов

21. Первой еженедельной рукописной газетой в Древнем Риме была:

- А. «Acta Senatus»;
- Б. «Acta diurna populi Romani»;
- В. «Commentarius rerum novarum»;
- Г. «Acta Publica».

22. Рукописные листки новостей выходили с определенной периодикой только в...

- А. Генуе;
- Б. Венеции;
- В. Лондоне;
- Г. Гамбурге.

23. Какая из этих старейших газет Европы, издающихся по сей день, была основана раньше других:

- А. "The Times" («Таймс»);
- Б. "London Gazette" ("Лондонская газета");
- В. "The Observer" ("Наблюдатель").
- Г. "Lloyd's List" ("Лист Ллойда").

24. Расположите в хронологическом порядке появления журналы Дж. Аддисона и Р. Стиля:

- А. «Опекун», «Болтун», «Зритель»;
- Б. «Болтун», «Зритель», «Опекун»;
- В. «Зритель», «Болтун», «Опекун»;
- Г. «Болтун», «Опекун», «Зритель».

25. Во время Великой французской революции газету «Друг народа» издавал:

- А. Максимилиан Робеспьер;

Г. Жак Эбер.

Вопро с	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0
Ответ	Б	А	Б	В	А	Г	В	Б	В	А	Б	Б	Г	Г	Б	В	Г	Б	Б	А

[illegible]

Семестр

1. Газета «Дейли миррор» основана...

- А. Артуром Пирсоном;
- Б. Лордом Бивербуком;
- В. Максом Айткеном;
- Г. братьями Хармсвортами.

2. У.Р. Херст являлся владельцем:

- А. газет «Нью-Йорк Уорлд» и «Нью-Йорк Сан»;
- Б. газет «Нью-Йорк Уорлд» и «Нью-Йорк Джоурнал»;
- В. газет «Сан-Франциско Экзаминер» и «Нью-Йорк Джоурнал»;
- Г. газет «Сан-Франциско Экзаминер» и «Нью-Йорк Уорлд».

3. Эрнест Хемингуэй начал карьеру журналиста в газете

- А. «Трансатлантик Ревью»;
- Б. «Торонто Дэйли Стар»;
- В. «Торонто Стар Уикли»;
- Г. «Канзас сити стар».

4. В фашистской Германии создателем и руководителем глобального аппарата пропаганды был:

- А. Адольф Гитлер;
- Б. Герман Геринг;
- В. Йозеф Геббельс;
- Г. Мартин Борман;

5. В какой стране еженедельные журналы выходят не в конце, а в середине недели?

- А. Германия
- Б. Италия
- В. Англия
- Г. Франция

6. Владельцы газеты «Стампа» в Италии – это семейство

- А. Форд
- Б. Аньелли
- В. Оливетти
- Г. Монтанеллири

7. Динамика развития журнального сектора итальянской печати в последнее десятилетие свидетельствует о том, что умножились журналы, посвященные:

- А. Политике
- Б. Литературе

- В. Истории
- Г. Проблемам питания

8. Еженедельник «Мари – Клер», основанный в 1937 г. Жаном Пруво, это:

- А. Роскошно оформленный самый модный элитарный журнал;
- Б. Модный журнал, приемлемый для всех кошельков;
- В. Издание для девушек нежного возраста;
- Г. Иллюстрированное издание для любителей сада и огорода.

9. Итальянские национальные газеты это:

- А. Только столичные издания;
- Б. Выходят в разных городах – Милане, Турине, Риме;
- В. Выходят только на Севере страны;
- Г. Издаются и распространяются только на Юге страны

10. К какому сектору бизнеса относится деятельность фирмы Марта, объединившейся в 1980-е годы с группой Ашетт?

- А. Нефть;
- Б. Производство и продажа оружия;
- В. Фармацевтика;
- Г. «От кутюр».

11. Какое содержание вложено в понятие «публицист» в итальянской практике?

- А. Журналист, пишущий в жанре публицистике;
- Б. Репортер;
- В. Обозреватель;
- Г. Особая профессиональная форма, согласно которой допускается, не являясь профессиональным журналистом, сотрудничать в СМИ.

12. Когда был принят во Франции периода «золотого века» закон о печати, согласно которому отменялись цензура, залог, гербовый сбор предварительное разрешение на новое издание?

- А. 14 июля 1879
- Б. 10 апреля 1890
- В. 29 июня 1881
- Г. 1 мая 1900

13. Спортивная пресса какой европейской страны составляет 15 % национального разового тиража, что представляет рекорд в мире спортивной ежедневной прессы?

- А. Франция
- Б. Румыния
- В. Финляндия

Г. Италия

14. Традиционная итальянская модель «газеты-омнибуса» - это:

- А. Таблонд низшего сорта
- Б. Газета «понемногу обо всем для всех»
- В. Качественная газета
- Г. Специальная газета о футболе

15. Укажите издания, входившие в группу прессы Жана Пруво в 1930-годы.

- А. «Пари суар», «Тан», «Вог», «Мари-Клэр»;
- Б. «Матч», «Вог», «Бон вояж», «Фигаро»;
- В. «Мерль Блан», «Прогресс», «Аксон», «Пари-суар»;
- Г. «Пари-миди», «Пари-суар», «Мари-Клер», «Матч».

16. Какова причина участия большого количества представителей британского дворянства во владении информационным капиталом?

- А. Автоматическое приобщение всех выдающихся магнатов печати к дворянскому сословию, существовавшее ранее, в первой половине 20 века.
- Б. Автоматическое приобщение всех выдающихся магнатов печати к дворянскому сословию, существующее и по сей день.
- В. Информационный капитал приобретался и приобретается только британскими аристократами.
- Г. Семейное владение СМИ – британская традиция, не нарушаемая до наших дней.

17. Какое утверждение справедливо?

- А. Пресса Великобритании безадресна;
- Б. в Британии не существует четких социальных деноминаторов читателей;
- В. Великобритания – одна из самых демократических стран мира, поэтому в этой стране развита преимущественно массовая пресса.
- Г. Англия – классическая страна разделения центральной прессы на качественную и массовую.

18. В какой газете Великобритании регулярно с 1970 г. на странице публикуется «топлесс» фотомодель?

- А. «Дейли миррор»;
- Б. «Сан»;
- В. «Таймс»;
- Г. «Дейли мэйл».

19. Каковы основные принципы, и поныне лежащие в основе деятельности вещательной компании BBC?

- А. Информировать, развлекать;
- Б. Информировать, просвещать, развлекать;

- В. Обучать, информировать;
- Г. Информировать, пропагандировать.

20. Какой из названных аналитических журналов авторитетный независимый комментарий по национальным и международным проблемам, бизнесу и финансам, науке и технике?

- А. «Спектейтор»;
- Б. «Нью Стейтсмен»;
- В. «Прайвит Ай»;
- Г. «Экономист».

21. Каким термином американцы обозначают потребительские журналы «общего интереса»?

- А. Publications
- Б. Magazines
- В. Periodicals
- Г. Journals

22. На журнальном рынке США по периодичности преобладают:

- А. Ежемесячники и ежеквартальники;
- Б. Еженедельники;
- В. Издания, выходящие 2 раза в месяц;
- Г. Все названные, кроме В

23. Какое из ниже приведенных утверждений об особенностях американских СМИ справедливо?

- А. До конца 70-х - начала 80-х годов в стране практически не было общенациональных газет
- Б. До конца 50-х - начала 60-х годов в стране практически не было общенациональных газет
- В. Каждый американец читает за завтраком столичную газету
- Г. Количественные показатели распространения общенациональных газет и местных газет по стране всегда были одинаковы и остаются такими впредь.

24. Какое утверждение соответствует истине?

- А. Американское ИА Ассошиэйтед Пресс продает информацию только по одной тематике;
- Б. АП продает новости в различных пакетах;
- В. Местным газетам АП продает только местные новости;
- Г. Национальным газетам АП продает только политически новости

25. Журналистские материалы какого типа поставляют американские пресс-синдикаты периодическим изданиям?

- А. Текстовые новостные материалы;
- Б. Фотоматериалы для оперативной информации;

В. Материалы вневременного, неоперативного характера;
Г. Экономические аналитические материалы.

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	Г	В	Г	В	Г	Б	Г	Б	Б	Б	Г	Б	Г	Б	А	А	Г	Б	Б	Г

Вопрос	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	Б	Б	Г	Б	В					

1.

Приложение

к рабочей программе дисциплины
«История и актуальные проблемы отечественной журналистики»

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине **«История и актуальные проблемы отечественной
журналистики»**

Основным видом оценочных средств для проведения текущей аттестации является тестирование. Дополнительное - читательский дневник (или собеседование по текстам самостоятельно прочитанных публицистических памятников) и задания, выполняемые в рамках самостоятельной работы и практических занятий. В дневник можно вносить и другие письменные задания: аннотации, эссе, рецензии и др.

Раздел 1.

Задание 1. Ответьте на вопросы теста (Примерные вопросы теста даны ниже)

Задание 2.

Составьте классификационную таблицу «Жанровое многообразие сатиры 18 века

Напишите анонс-рецензию на новое издание «Первого философического письма» П.Я. Чаадаева

Задание 3.

1. Анализ одного номера журнала, выходившего в 1860-1880-е годы или рекламных материалов, представленных в нем (либо в форме развернутого выступления, либо в виде электронной презентации)

ИЛИ

Составьте летопись журнальных полемик 1860-х годов с указанием изданий и публицистов (или электронная презентация на эту же тему)

Задание 4

Составьте аннотированный перечень работ Салтыкова-Щедрина, воссоздающих образы журналистов

ИЛИ

Подготовьте мини-эссе на тему: «Профессиональный кодекс журналиста по Салтыкову-Щедрину»

Задание 5.

Составьте классификационную таблицу «Партийные издания в 1907-1917 гг.»

Задание 6.

Познакомьтесь с 2-3 номерами газеты «Курские губернские ведомости». Проанализируйте структуру и содержательные особенности просмотренных номеров.

Раздел 2.

Задание 1. Ответьте на вопросы теста (Примерные вопросы теста даны ниже)

Задание 2.

Составьте аннотированный перечень «Приемы, жанры и формы полемики в публицистике 1917-1918 гг.» (или подготовьте презентацию на эту тему).

Задание 3.

Напишите эссе на тему « Особенности восприятия публицистики В.И. Ленина (1905 -1917) разными социальными группами»

Задание 4

Подготовьте проект (презентацию) «Советские газеты в 1920- 1930-е гг.»

ИЛИ

Напишите мини-рецензию на один из советских очерков 1920-х годов.

Задание 5

Проведите мини-исследование «Архивные радиозаписи в интернете: 1930-1940-е годы»

Задание 6

Подготовьте аннотированный перечень резонансных публицистических статей журналистики русского зарубежья 1920-х - 1940 гг.

ИЛИ

Составьте аннотированный каталог изданий русского зарубежья.

Задание 7

Подготовьте анализ одного номера журнала, выходившего в 1920-1930-е годы или рекламных материалов, представленных в нем (либо в форме развернутого выступления, либо в виде электронной презентации)

Задание 8

Проанализируйте тематику, проблематику, жанровые формы выступлений одного из публицистов за 1941 -1945 гг.

ИЛИ

Оцените плакат периода Великой Отечественной войны с точки зрения содержания и изобразительно-выразительных средств.

Раздел 3.

Задание 1. Ответьте на вопросы теста (Примерные вопросы теста даны ниже)

Задание2

Составьте краткий комментированный каталог партийных постановлений в области идеологии за 1946 -1953 гг. (или презентация).

Задание 3

Анализ журнала «Новый мир» по плану-схеме Б. И. Есина

ИЛИ

Презентация «А.Т.Твардовский –редактор»

Задание 4

Анализ 2 архивных номеров газет 1970-1980-х годов

Задание 5.Анализ их структурно-содержательные особенностей одной из передач советского ТВ (по выбору студента)

Задание6.

Мини-эссе на тему «Роль неподцензурной журналистики в 1960-1980-е годы»

Задание 7

Разработайте авторский мультимедийный проект «Основные характеристики и тенденции развития современныххроссийских Интернет-СМИ»

ИЛИ

Составьте творческий портрет одного из публицистов 1990-х.

Задания в тестовой форме

Для контроля знаний разработаны тестовые задания открытого типа. Они призваны выявить у студентов накопленные знания и умения анализировать отдельные тексты, проводить сопоставительный анализ материалов и изданий. Часть заданий ориентируют их не только на изучение современной научной литературы, но и на анализ конкретных периодических изданий и прочтение значимых публицистических текстов .

Предлагается несколько вариантов тестовых заданий, в каждом из них 15 вопросов. Из четырех вариантов ответа только один правильный .

Время выполнения заданий ограничено. На обдумывание ответа дается 1 минута , 15 минут – на выполнение всего теста.

Предполагается, что варианты тестовых заданий обновляются для каждого потока студентов, т.е. ежегодно.

Образцы тестовых заданий.

Тесты

1. «Отечественная журналистика 18-19 вв.»Кому принадлежит следующее высказывание:"Главным образом пусть журналист усвоит, что для него нет ничего более позорного, чем красть у кого-либо из собратьев высказанные последним мысли и суждения и присваивать их себе, как будто он высказывает их от себя"

А. М.В. Ломоносову

Б. Н.И. Новикову

В. А.И. Радищеву

Г. Д.И. Фонвизину

Д. А.П. Сумарокову

2. В каком варианте верно указаны работы, опубликованные в журналах Н.И. Новикова

А. "Рецепт для г. Безрассуда", "Копия с отписки", "Беседа о том, что есть сын Отечества

Б. "Рецепт для г. Безрассуда", "Копия с отписки", "Письмо уездного дворянина"

В. "Копия с отписки", "Похвальная речь в память моему дедушке, говоренная его другом, в присутствии его приятелей, за чашею пунша", "Письмо уездного дворянина"

Г. "Копия с отписки", "Сочинитель и цензор", "Письмо двадцать четвертое. От сильфа Дальновиды к волшебнику Маликульмульку"

Д. "Копия с отписки", "Рецепт для г. Безрассуда","Несколько вопросов, могущих возбудить в умных и честных людях особое внимание"

3 «У нас век разбора предыдет веку творения; у нас есть критика и нет литературы...» - это фрагмент

А. Статьи Н.В. Гоголя «О движении журнальной литературы в 1834 и 1835 году»

Б. Статьи А.С. Пушкина «О ничтожестве литературы русской»

В. Статьи А.А. Бестужева «Взгляд на русскую словесность в течение 1824 и начале 1825 годов»

Г. Работы Н.И. Надеждина «О происхождении, природе и судьбах поэзии, называемой романтической»

Д. Статьи В.Г. Белинского "Речь о критике"

4. «Народы – в такой же мере существа нравственные, как и отдельные личности». Их воспитывают века. Как отдельных людей воспитывают годы. Но мы, некоторым образом, - народ исключительный. Мы принадлежим к числу тех наций, которые как бы не входят в состав человечества...». Это слова

А. Н.И. Надеждина

Б. А.С. Пушкина

В. Н.А. Полевого

Г. П.Я. Чаадаева

Д. К.Ф. Рылеева

5. Название какого журнала стоит на месте пропуска в полном варианте цитаты из статьи В.Г. Белинского: «Ничто о ничем...». «Если бы я стал утверждать, что журнал плохой, ничтожный, это значило бы смеяться над здравым смыслом читателей и над собой.: факты говорят лучше доказательств; и первенство и важность так ясны и неоспоримы, что против них нечего сказать...»

А. "Московский наблюдатель"

Б. "Московский телеграф"

В. "Библиотека для чтения"

Г. "Современник"

Д. "Телескоп"

6. Восстановите полный текст цитаты из статьи Н.В. Гоголя «О движении журнальной литературы в 1834 и 1835 году», вставив на место пропуска название нужного издания. «.....»заклучала в себе официальные известия и в этом отношении выполнила свое дело. Она помещала известия политические, заграничные и отечественные новости. Редактор г-н Греч довел ее до строгой исправности: она всегда выходила в положенное время; но в литературном смысле она не имела никакого определенного тона и не выказывала никакой сильной руки, двигавшей ее мнения",

- А. "Северная пчела"
- Б. "Библиотека для чтения"
- В. "Северная почта"
- Г. "Литературная газета"
- Д. "Полярная звезда"

7. Отрывок какой статьи А.И. Герцена приведен ниже. « Но время Онегиных и Печориных прошло. Теперь в России нет лишних людей, напротив, к этим огромным запашкам рук не хватает. Кто теперь не найдет дела, тот в самом деле пустой человек...»

- А. Ископаемый епископ, допотопное правительство и обманутый народ
- Б. Verydangerous!!!
- В. Исполин просыпается
- Г. Под спудом
- Д. Крещеная собственность

8. Верная последовательность написания циклов М.Е. Салтыковым-Щедриным отражена в варианте

- А. «Мелочи жизни», «Дневник провинциала в Петербурге», «Письма к тетеньке», «За рубежом»,
- Б. «Мелочи жизни», «Дневник провинциала в Петербурге», «Письма к тетеньке», «За рубежом»,
- В. «Дневник провинциала в Петербурге», «За рубежом», «Письма к тетеньке», «Мелочи жизни»,
- Г. «Дневник провинциала в Петербурге», «За рубежом», «Мелочи жизни», «Письма к тетеньке»,
- Д. «За рубежом», «Дневник провинциала в Петербурге», «Письма к тетеньке», «Мелочи жизни»

9. Правильная последовательность появления газет указана в следующем варианте:

- А. "Новое время", "Русские ведомости", "Биржевые ведомости", "Русское слово"
- Б. "Русские ведомости", "Новое время", "Биржевые ведомости", "Русское слово"
- В. "Русские ведомости", "Биржевые ведомости", "Новое время", , "Русское слово"
- Г. "Биржевые ведомости", "Русские ведомости", "Новое время", "Русское слово"

Д. "Биржевые ведомости", "Русские ведомости", "Русское слово", "Новое время"

10. Первая статья Н.А. Добролюбова в журнале "Современник" была посвящена журналу

А. "Всякая всячина"

Б. "Московский наблюдатель"

В. "Трутень"

Г. "Трудолюбивая пчела"

Д. «Собеседник любителей русского слова»

11. Автором статьи «Схоластика 19 века» является

А. Ап. Григорьев

Б. М. Катков

В. Ф. Достоевский

Г. Ф. Тютчев

Д. Д. Писарев

12. Редактором журнала "Вестник Европы" в 1870-1880-е годы был

А. М. М. Стасюлевич

Б. В. Г. Короленко

В. Г. И. Успенский

Г. В. С. Соловьев

Д. А. Н. Пыпин

13. Высшей инстанцией по делам цензуры с 1804 по 1863 год было (была, был)

А. Управление по делам цензуры

Б. Министерство внутренних дел

В. Министерство народного просвещения

Г. Управление по делам печати при Академии наук

Д. Управа Благочиния

14. Газеты «Молва», «Парус» и «День» принадлежали к направлению

А. западническому

Б. демократическому

В. почвенническому

Г. славянофильскому

Д. сатирическому

15. Иван Непомнящий и Ахбедный - персонажи из
А.статьи Д.Писарева "Реалисты"
Б.рассказа А.П. Чехова "Два газетчика"
В.главы "Газетчик" цикла Мелочи жизни" М. Салтыкова-Щедрина
Г.статьи А.М. Горького "На арене борьбы за правду и добро"

Д.сказки М. Салтыкова-Щедрина "Приключение с Крамольниковым"

16. В 1869 редактором «Отечественных записок» был:

А.Н.А. Некрасов
Б.А.А. Краевский
В.И.И. Панаев
Г.С.С. Дудышкин
Д.С.Н. Южаков

17. «Казачьи» (1863), «Война и мир» (1865—1869), «Анна Каренина» (1875—1877) Л. Н. Толстого, «Преступление и наказание» (1866), «Идиот» (1868), «Бесы» (1871—1872) Ф.М. Достоевского публиковались в журнале

А."Отечественные записки"

Б."Русский вестник"

В."Современник"

Г."Русское слово"

Д."Вестник Европы"

18. Укажите произведение и автора цитируемого фрагмента: "Мальчик в штанах стоит под деревом и размышляет о том, как ему прожить на свете, не огорчая своих родителей. Внезапно в средину улицы вдвигается обыкновенная русская лужа, из которой выпрыгивает Мальчик без штанов".

А.К.С. Аксаков "Публика - народ"

Б.М. Салтыков-Щедрин " Господа-ташкентцы"

В.М. Салтыков-Щедрин "За рубежом"

Г.М. Салтыков-Щедрин "Дневник провинциала в Петербурге"

Д.А.П. Чехов "Остров Сахалин"

19. Основателем и издателем журнала «Русская мысль» был

А.Г. Успенский

Б.В.И. Немирович-Данченко

В.А.П. Чехов
Г. В. Лавров
Д.В.Г. Короленко

20. "Колокол" А.И. Герцена - это

А.ежемесячное издание

Б.ежедневное издание

В. еженедельное издание

Г.издание, выходявшее два раза в месяц

Д.издание, периодичность которого колебалась от еженедельной до ежемесячной

21. Расцвет сатирической журналистики приходится на

А.1769-1774

Б.1745-1756

В.1766-1786

Г.1751-1789

Д.1760-1780

22. «Они работают, а вы их труд ядите» - эпиграф журнала

А.Всякая всячина

Б. Трутень

В. Адская почта

Г.Почта духов

Д.Живописец

23. «Первое философическое письмо» П.Я. Чаадаева напечатано в журнале

А.Современник

Б.Московский телеграф

В. Телескоп

Г.Полярная звезда

Д.Московский наблюдатель

24. В каком из периодических изданий первой половины 19 века печатались только оригинальные произведения отечественных литераторов

А.Московский вестник

Б.Полярная звезда

В.Библиотека для чтения

Г.Московский телеграф

Д.Отечественные записки

25. Укажите верные годы выпуска журнала «Московский телеграф»

А.1831-1856

Б.1818-1836

В.1821-1856

Г.1836-1839

Д.1825-1834

26. Журнал «Русское слово» был закрыт в

А. 1866 году

Б. 1825 году

В. 1862 году

Г. 1881 году

Д.1905 году

27. редактором журнала "Русский вестник" в 1860-е годы был

А.Н.Г. Чернышевский

Б.М.Н. Катков

В.А.В. Дружинин

Г.Н.А. Добролюбов

Д.К.С. Аксаков

28. Н.А. Добролюбов и Н.Г. Чернышевский были сотрудниками журнала

А.Русский вестник

Б.Русское слово

В. Современник

Г.Отечественные записки

Д.Русское богатство

29. Альманах, выпускаемый А.И. Герценом в Лондоне, назывался

А.С того берега

Б.Полярная звезда

В.Другие берега

Г. Современник

Д.Былое и думы

30. В 1868 году А.А. Краевский передает журнал "Отечественные записки" в аренду

А.Н. Тургеневу и П. Анненкову
Б.Н.К. Михайловскому
В.М. Н. Каткову
Г.Н.Г. Чернышевскому
Д.Н.А. Некрасову и М.Е. Салтыкову-Щедрину

31. Как назывался самый популярный сатирический журнал 1860-х гг. 19 века

А.Свисток
Б.Искра
В.Осколки
Г.Сатирикон
Д.Развлечение

32. В каком году впервые опубликовано письмо Белинского к Гоголю

А.1842
Б.1855
В.1848
Г.1865
Д.1905

33. Кто называл газету А. Суворина "Новое время" "Чего изволите?"

А.А. Чехов
Б.Н. Добролюбов
В.М. Е. Салтыков-Щедрин
Г.Н. Михайловский
Д.В. Ленин

34. Кто считал образ Базарова карикатурой на поколение 1860-х гг.

А.М. Салтыков-Щедрин
Б.Н. Добролюбов
В.Д. Писарев
Г.М. Антонович
Д.М. Катков

35. Как называлась бесцензурная газета народников, выступившая в защиту тактики индивидуального террора

А.Правда
Б.Вперед!

В.Искра
Г.Новая жизнь
Д.Народная воля

36. первый русский частный журнал назвался
А. Трудлюбивая пчела
Б.Трутень
В.Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие

Г.Почта духов
Д. Всякая всячина

37. Основатель военно-полевой типографии при М.Кутузове
А.А. Куницын
Б.А. Кайсаров
В.Ф. Глинка
Г.М.Глинка
Д.Ф. Ростопчин

38. Укажите отечественное издание, скоторый сотрудничал французский репортер и публицист Эли Реклю
А."Современник" А.С. Пушкина
Б."Современник" Н.А. Некрасова
В."Русское слово"
Г."Русский вестник"
Д."Библиотека для чтения"

39. Журналы "Время" и "Эпоха" бр. Достоевских можно охарактеризовать как
А.демократические
Б.западнические
В.сатирические
Г.почвеннические
Д.искусствоведческие

40. Укажите правильное высказывание. Согласно "Временным правилам о печати" 1865 года
А.было создано отдельное Министерство печати

Б.были освобождены от цензуры иллюстрированные сатирические издания

В.отменена цензура на всю провинциальную печать

Г.все высказывания неверные

Д.отменялась предварительная цензура столичных газет и журналов

41. Обращение к данному жанру характерно для журналистики 18 века

А.памфлет-воззвание

Б. аналитическое обозрение

В. передовая статья

Г.критическая рецензия

Д. письмо

42. Основные проблемы, обсуждаемые сатирической журналистикой 18 века

А. Великая Французская революция и борьба США за независимость

Б. Сущность сатиры и задачи сатирической литературы

В.Цензура и условия развития печати

Г. Положение дворянства

Д. Значение творчества В.А. Жуковского

43. «Московский телеграф» по содержанию носил характер издания

А. литературного

Б. общественно-политического

В. энциклопедического

Г. литературного альманаха

Д. сатирического

44. Основное средство выражения политических идей в альманахе «Полярная звезда» (1823-1825)

А. подборки публицистических статей

Б. памфлеты

В. переводные повести

Г. совокупность литературных материалов

Д. передовые статьи

45. Автором статьи «Дилетантизм в науке» был

А. В.Г. Белинский

Б. Н.И. Надеждин

В. С.П. Шевырев
Г. Н.П. Огарев
Д. А.И. Герцен

46. Журнал в 1840-е годы защищавший гоголевское направление в литературе

- А. Отечественные записки**
- Б. Москвитянин**
- В. Московский наблюдатель**
- Г. Библиотека для чтения**
- Д. Маяк**

47. Из перечисленных изданий следующее не было славянофильским

- А. Русское слово**
- Б. Москвитянин**
- В. Русская беседа**
- Г. Парус**
- Д. Московский сборник**

48. Автор статьи «Опыт синонимов: Публика – народ»

- А. Ф.И. Тютчев**
- Б. А.С. Хомяков**
- В. К.С. Аксаков**
- Г.Н.А. Добролюбов**
- Д. Ф. М. Достоевский**

49. Сотрудником какого из перечисленных изданий был В.Г. Короленко

- А. Вестник Европы**
- Б. Русский вестник**
- В. Новое время**
- Г. Русское богатство**
- Д. Нива**

50. Какой из журналов принято считать первым органом русских декадентов

- А. Мир Божий**
- Б. Русское богатство**
- В. Отечественные записки**
- Г. Вестник Европы**

Д. Северный вестник

51. Укажите правильный вариант соотнесения издания и его сотрудников

А."Искра" - Василий Курочкин и Н. Степанов

Б."Время" - Николай Страхов и Н. Добролюбов

В."Искра" - Василий Курочкин и А. Суворин

Г."Время" - Николай Страхов и Д. Минаев

Д."Русское слово" - Дмитрий Писарев и М. Антонович

52. Фельетонное обозрение "Осколки московской жизни" в журнале "Осколки" вел

А.А. Чехов

Б.Козьма Прутков

В.Д. Минаев

Г.М.Е. Салтыков-Щедрин

Д.А.В. Амфитеатров

53. М.Стасюлевич, В. Стасов, В. Соловьев, Э.Золя - сотрудники и авторы журнала

А."Отечественные записки"

Б."Русское богатство"

В."Вестник Европы"

Г."Мир Божий"

Д."Русский вестник"

54. Глава "Газетчик" - это часть цикла

А.М.Е. Салтыкова-Щедрина "Письма к тетеньке"

Б.М.Е. Салтыков-Щедрин "В среде умеренности и аккуратности"

В.В.Г. Короленко "Павловские очерки"

Г.М.Е. Салтыкова-Щедрина "Мелочи жизни"

Д.В.Г. Короленко "Знаменитости конца века"

55. Какого из положений не было в программе "Колокола" А.И. Герцена

А.Освобождение слова от цензуры!

Б. Освобождение крестьян от помещиков!

В.Освобождение податного сословия - от побоев!

Г.Зовём живых на похороны всего дряхлого, отжившего, безобразного, рабского, невежественного в России!

Д.Долой самодержавие!

56. "Сечь или не сечь мужика?" - это статья

А.А.И. Герцена

Б.Н.А. Добролюбова

В.Н.И. Новикова

Г.Д.И. Фонвизина

Д.К.Ф. Рылеева

57. Укажите верное продолжение высказывания. В 1710 году газета "Ведомости"

А. переходит на ежедневный выпуск

Б. переходит на гражданский шрифт

В. передается в ведение Академии наук

Г. увеличивает тираж до 7 000 экземпляров

Д. была закрыта

58. Какая из этих статей была опубликована в первом номере "Современника" А.С. Пушкина

А.А.С. Пушкин "Несколько слов о мизинце г. Булгарина и о прочем"

Б.П.Я. Чаадаев "Философическое письмо"

В.Н.В. Гоголь "О движении журнальной литературы"

Г.В.Г. Белинский "Литературные мечтания"

Д.А.П. Куницын Замечания на нынешнюю войну

59. Какие годы в истории отечественной журналистики принято называть "эпохой цензурного террора", "мрачным семилетием"

А.1825-1832

Б.1831-1838

В.1865-1872

Г.1848-1855

Д.1881-1888

60. В 1862 году были приостановлены журналы

А."Современник", "Отечественные записки"

Б."Современник", "Русский вестник"

В."Русская беседа", "Русское слово"

Г."русское слово", "Отечественные записки"

Д."Русское слово", "Современник"

61. Укажите вариант, где верно перечислены издания Н.М. Карамзина

- А. "Московский журнал", "Вестник Европы", "Аглая"
- Б. "Трутенъ", "Московский журнал", "Детское чтение для сердца и разума"
- В. "Московский журнал", "Вестник Европы", "Русская старина"
- Г. "Детское чтение для сердца и разума", "Вестник Европы", "Московский телеграф"
- Д. "Почта духов", "Вестник Европы", "Московский журнал"

62. Наиболее значительные сатирические журналы Н.И. Новикова верно перечислены в варианте

- А. «Трутенъ», «Почта духов», «Невский зритель»
- Б. «Трутенъ», «Кошелек», «Пустомеля»
- В. «Всякая всячина», «Живописец», «Пустомеля»
- Г. «Трутенъ», «Кошелек», «Всякая всячина»
- Д. «Адская почта», «Кошелек», «Живописец»

63. «Романтизм – вот слово, которое было написано на знамени этого смелого, неутомимого и даровитого бойца...». Эти слова Белинского сказаны о ...

- А. К.Ф. Рылееве
- Б. А.А. Бестужеве
- В. Н.А. Полевом
- Г. П.Я. Чаадаеве
- Д. М.Ю. Лермонтове

64. «Он был литератором и публицистом не по случаю, не из расчета, не от нечего делать, не по самолюбию, а по страсти, по призванию». Так В. Белинский характеризует

- А. А.А. Бестужева
- Б. О.И. Сенковского
- В. Н.А. Полевого
- Г. Ф.В. Булгарина
- Д. А.А. Краевского

65. В статье «Новые периодические издания» Н.Г. Чернышевский характеризует направленность журнала

- А. Русское слово
- Б. Отечественные записки

В.Русский вестник
Г.Русская беседа
Д.Время

66. "Статья Д.И. Писарева «Московские мыслители» направлена против журнала

А.«Русский вестник»
Б.«Отечественные записки»
В.«Русское слово»
Г."Время"
Д."Современник"

67. Укажите вариант, где соответствие между автором и его произведением установлено верно

А.М.Е. Салтыков-Щедрин –«Когда же придет настоящий день?»
Б.В. Г. Короленко - «Сорочинская трагедия»
В.Д.И. Писарев - "Что такое обломовщина"
Г.П.Ткачев - "Реалисты"
Д.А.И. Герцен - «Набат (программа журнала)»

68. Укажите, где соответствие между фамилиями авторов и их текстами установлено неверно

А.В.Г. Короленко,«Мултанское жертвоприношение»
Б.М.Е. Салтыков-Щедрин , "Газетчик"
В.А.П. Чехов, "Дневник провинциала в Петербурге"
Г.А.М. Горький, «С Всероссийской выставки»
Д.Г.И. Успенский, "Книжка чеков"

69. Установите вариант, где характерные признаки издания указаны правильно

А."Новое время" - тонкий иллюстрированный еженедельник

Б."Русское богатство" - эмигрантское издание
В."Эпоха" - журнал, издававшийся при участии А.А. Чехова

Г."Искра" - еженедельный журнал с карикатурами
Д."Вперед!" - одно из изданий Вольной типографии А.И. Герцена

70. Укажите вариант, где допущена ошибка в характеристике издания

- А.Журнал "Русское богатство" выходил в 1876-1918 гг.
- Б.Журнал «Русское слово» выходил в 1859-1866 гг.
- В.«Отечественные записки» выходили в 1818 -1884 гг.
- Г.«Полярная звезда» А.И. Герцена выходила в 1855 – 1862 гг.
- Д.Журнал «Современник» выходил в 1836 -1884 гг.

71. Название ведущего отдела журнала «Московский телеграф»

- А.техника
- Б.мода
- В.смесь
- Г.критические статьи
- Д.науки и искусства

72. Название газеты П. Пезаровиуса

- А.Литературная газета
- Б.Русский инвалид
- В.Северная пчела
- Г.Русская правда
- Д.Сын Отечества

73. Статья Д.Писарева "О брошюре Шедо-Ферроти" написана в защиту изданий и публицистики

- А.Н.А. Некрасова
- Б.Н.Г. Чернышевского
- В.А.И. Герцена
- Г.Г.Е. Благодетель
- Д.К.С. Аксакова

74. Укажите верную последовательность возникновения изданий

- А."Московский телеграф", "Библиотека для чтения", "Телескоп", "Сын Отечества", "Отечественные записки"
- Б."Сын Отечества", "Отечественные записки", "Московский телеграф", "Библиотека для чтения", "Телескоп"
- В."Сын Отечества", "Московский телеграф", "Отечественные записки", "Библиотека для чтения", "Телескоп"
- Г."Московский телеграф", "Библиотека для чтения", "Телескоп", "Сын Отечества", "Отечественные записки"

Д."Отечественные записки", "Сын Отечества","Библиотека для чтения",
"Московский телеграф", "Телескоп"

75. Укажите неверный "факт" истории газеты «Московские ведомости»

А.с 1863 редакторы-арендаторы газеты - М. Н. Катков и П. М. Леонтьев

Б. газета принадлежала Московскому университету

В.Первыми редакторами были профессор словесности А. А. Барсов и
профессор словесности Н. Н. Поповский

Г.В 1779—1789 газету арендовал Н. И. Новиков

Д.газета издавалась в 1776—1917 годах

76. "Зеркало пенкоснимателя", "истинный российский пенкосниматель",
"Старейшая всероссийская пенкоснимательница" - издания из

А."Дневника провинциала в Петербурге" М.Е. Салтыкова-Щедрина

Б."Хроники прогресса" Г.З. Елисеева

В. работы "О брошюре Шедо-Ферроти" Д. Писарева

Г. статьи "Литературные мелочи прошлого года" Н. Добролюбова

Д. статьи "Новые периодические издания" Н. Чернышевского

77. Адресат памфлета А.С. Пушкина "О записках Видока"

А.Ф.В. Булгарин

Б.Н.И. Греч

В.О.И. Сенковский

Г.С.С. Уваров

Д.А.Х. Бенкендорф

78. Преемником журнала "Русское слово" после его закрытия стал

А.журнал "Русское богатство"

Б.журнал "Вестник Европы"

В.журнал "Дело"

Г.журнал "Русский вестник"

Д.журнал "Эпоха"

79. Издателем газеты "Новое время» был

А.А. Краевский

Б.Е. Корш

В.И. Сытин

Г.А. Суворин

Д.В. Гиляровский

80. "Первое философическое письмо" П.Я. Чаадаева адресовано

А.Николаю 1

Б.А.С. Пушкину

В.поэту

Г.историкам

Д.женщине

81. Основной тезис журнала «Всякая всячина» в полемике с журналом «Трутенъ»

А.Сатира должна быть на лица

Б.Человеколюбие и снисхождение к людским порокам

В.Безжалостное обличение людских пороков

Г.Жестокосердие крепостников должно быть сурово осуждено

Д.Крепостное право противоречит здравому смыслу

82. Название журнала, в котором Н.М. Карамзин начал редакторскую деятельность

А.Трудолюбивая пчела

Б.Московский журнал

В.Друг честных людей, или Стародум

Г.Детское чтение для сердца и разума

Д.Вестник Европы

83. Верная последовательность возникновения изданий указана в следующем варианте

А.«Ведомости»,«Русский инвалид», "Курские губернские ведомости",«Молва»,«Московские ведомости»

Б.«Московские ведомости», «Ведомости»,«Русский инвалид», «Молва», "Курские губернские ведомости"

В.«Ведомости», «Московские ведомости», «Русский инвалид», «Молва», "Курские губернские ведомости"

Г.«Московские ведомости»,«Русский инвалид»,«Ведомости»,«Молва», "Курские губернские ведомости",

Д.«Ведомости», «Русский инвалид», "Курские губернские ведомости",«Московские ведомости», "Молва"

84. Последовательность возникновения изданий была следующей:

А. "Казанские известия», «Северная пчела», «Литературная газета», «Русский инвалид», «Молва»

Б. «Русский инвалид», «Северная пчела», «Литературная газета», «Молва», "Казанские известия»

В. «Северная пчела», "Казанские известия», «Русский инвалид», «Литературная газета», «Молва»

Г. "Казанские известия», «Русский инвалид», «Северная пчела», «Литературная газета», «Молва»

Д. "Казанские известия», «Молва», «Русский инвалид», «Северная пчела», «Литературная газета»,

85. Из-за публикации этого произведения был закрыт журнал "Телескоп"

А. А. С. Пушкин "В Сибирь"

Б. А. И. Герцен "Крещенная собственность"

В. А. А. Бестужев «Взгляд на русскую словесность в течение 1824 и начале 1825 годов»

Г. Н. Кукольник "Рука Всевышнего Отечество спасла"

Д. П. Я. Чаадаев "Первое философическое письмо"

86. Редакторами журнала «Отечественные записки» в разные годы были

А. П. Свиньин, А. Краевский, М. Е. Салтыков-Щедрин

Б. Н. Надеждин, В. Г. Белинский, А. Краевский

В. Н. Полевой, А. Краевский, М. Катков, Г. Успенский

Г. П. Свиньин, В. Г. Белинский, Н. Чернышевский

Д. Н. А. Некрасов, А. А. Краевский, И. Панаев

87. «Отчего мы молчим? Неужели нам нечего сказать? Или неужели мы молчим оттого, что мы не смеем говорить». Эти слова открывают статью А. И. Герцена

А. «Крещенная собственность»

Б. Братьям на Руси

В. "Исполин просыпается"

Г. «Предисловие к «Колоколу»

Д. "Ископаемый епископ, допотопное правительство и обманутый народ"

88. "Не могу молчать!" Л. Толстого - это протест против

- А.религиозной розни
- Б.распространения марксистских идей
- В.смертной казни
- Г.казнокрадства
- Д.некомпетентности бюрократии

89. Соответствие между литературными масками (псевдонимами) и их создателями верно установлено в следующем случае

- А.М.Салтыков-Щедрин - Человек без селезенки
- Б.Дмитрий Минаев - Яков Хам
- В.А.П. Чехов - Иегудиил Хламида
- Г.А.И. Герцен - Искандер
- Д.Н. Добролюбов и братья Жемчужниковы - Козьма Прутков

90. " Последовательность авторства статей «Не начало ли перемены?», «О введении единомыслия в России», «Литературные мелочи прошлого года», «О развитии революционных идей в России» верно дается в варианте

- А.Н.Добролюбов, К. Прутков, А.Герцен, Н.Чернышевский
- Б.А.Герцен, Н.Добролюбов, К. Прутков, Н.Чернышевский
- В.Н.Чернышевский ,А.Герцен, Н.Добролюбов, К. Прутков,

Г.К. Прутков, А.Герцен, Н.Чернышевский, Н.Добролюбов
Д.Н.Чернышевский, К. Прутков, Н.Добролюбов, А.Герцен

91. Продолжите фразу из статьи А.Н. Радищева "Не все рожденные в Отечестве, достойны величественного наименования ...

- А.человека
- Б.россиянина
- В.гражданина
- Г.сына Отечества
- Д.достойной личности

92. Как назывался журнал, который планировал издавать Д.Фонвизин, но не получил разрешения

- А."Собеседник любителей русского слова"

- Б.**"Друг честных людей, или Стародум"
- В.**"Беседующий гражданин"
- Г.**"Политический журнал"
- Д.**"Зритель"

93. Приведенные слова А.С. Пушкина сказаны как комментарий к работе "Хотя лично я сердечно привязан к государю, я далеко не восторгаюсь всем, что вижу вокруг себя; как литератора - меня раздражает, как человек с предрассудками - я оскорблен, - но клянусь честью, что ни за что на свете я не хотел бы переменить отечество, или иметь другую историю, кроме истории наших предков, такой, какой нам Бог ее дал..."»

- А.**Н.А. Полевого "История русского народа"
- Б.**В.Г. Белинского "Ничто оничем, или отчет г. Издателю "Телескопа" за последнее полугодие (1835) русской литературы"
- В.**П. Чаадаева "Философические письма. Письмо первое"
- Г.**Н.М. Карамзина "История государства российского"
- Д.**Н.М. Муравьева "Любопытный разговор"

94. Издание, активнее других выступавшее против "торгового направления" в журналистике, называлось

- А.**"Северная пчела"
- Б.**"Московский телеграф"
- В.**"Телескоп"
- Г.**"Московский наблюдатель"
- Д.**"Московские ведомости"

95. Укажите вариант, где правильно указана последовательность авторства перечисленных статей: "Что нужно народу"; "Ископаемый епископ, допотопное правительство и обманутый народ"; "Темное царство"; "Мелочи жизни"

А.М.Салтыков-Щедрин, А.Герцен, Н.Добролюбов, Н.Огарев

Б.А.Герцен, Н.Добролюбов, Н.Огарев, М.Салтыков-Щедрин

В.Н.Добролюбов, М.Салтыков-Щедрин, Н.Огарев, А.Герцен

Г.Н.Огарев, А.Герцен, Н.Добролюбов, М.Салтыков-Щедрин

Д.Н.Огарев, А.Герцен, Н.Добролюбов, М.Салтыков-Щедрин

96. В каком варианте верно указана последовательность изданий, с которыми сотрудничал В.Г. Белинский:

А."Телескоп", "Московский наблюдатель", "Отечественные записки", "Современник"

Б."Телескоп", "Отечественные записки", "Современник", "Московский наблюдатель"

В."Московский наблюдатель", "Телескоп", "Отечественные записки", "Современник"

Г."Отечественные записки", "Современник", "Телескоп", "Московский наблюдатель"

Д."Отечественные записки", "Современник", "Московский наблюдатель", "Телескоп"

97. Укажите неверное суждение

А.Журнал "Москвитянин" защищал национальную самобытность России

Б.В 1851 году Некрасов и Панаев приобретают журнал "Современник", основанный Пушкиным

В.Главная сила популярности "Отечественных записок" в 1840-е годы связана с именем Белинского

Г.Ап. Григорьев сотрудничал с журналами братьев Достоевских "Время" и "Эпоха"

Д.Славянофилы издавали газеты "Молва" и "Парус"

98. Сатирический отдел «Свисток» журнала «Современник» создал:

А.Д.Минаев

Б.Н. Чернышевский

В.Н. Добролюбов

Г.Д. Писарев

Д.М. Салтыков-Щедрин

99. Вольная русская типография возникла в:

А.Париже

Б.Санкт-Петербурге

В.Цюрихе

Г.Лондоне

Д.Баку

100. Автором цикла статей «Мултанское жертвоприношение» является:

А.Л. Толстой

Б.Н.К. Михайловский

В.П. Лавров

Г.М. Салтыков-Щедрин

Д.В.Г. Короленко

Примеры тестовых заданий

1. Какое утверждение верно по отношению к журналистике периода «оттепели»

А. Упраздняется партийный контроль над СМИ

Б. Снимаются ограничения с подписки на «толстые» литературно-художественные журналы

В. Воссоздается Союз журналистов и проводится первый его съезд.

Г. Телевидение развивается менее интенсивно, чем в предшествующий период.

2. В каком случае факты развития советского радиовещания воспроизведены неверно

А. Первая общегосударственная радиовещательная организация в СССР – акционерное общество радиопередача (1924)

Б. В 1926 г. регулярно (от одного до трех раз в неделю) выходило в эфир пять радиогазет.

В. Вторая программа «Маяк», начавшая свою деятельность 1 августа 1978 года, вела круглосуточные передачи одновременно для всех регионов страны

Г. Передачи первой негосударственной радиостанции «Эхо Москвы» выходят с октября 1991

3. Какая советская газета в 1960-е годы активно осваивала опыт западных качественных информационных изданий (еженедельные приложения, вечерний выпуск, электронная реклама и т.д.)

А. «Комсомольская правда»

Б. «Советская Россия»

В. «Труд»

Г. «Известия»

4. «Что мы перестраиваем?» - это статья

А. А.И. Солженицына

Б. Ч. Айтматова

В. Ю. Карякина

Г. Е. Носова

5. Укажите неверное утверждение

А. В 1985-1990 годы полностью прекращается контроль КПСС над средствами массовой информации

Б. Острая полемичность публицистики периода перестройки – ее отличительная особенность.

В. «Круглые столы», прямые трансляции и телемосты- формы массовой работы, наиболее активно использовавшиеся отечественной журналистикой периода перестройки

Г. В 1990 году в СССР начался процесс формирования политических партий и их печатных органов.

6. Следствием постановления ЦК ВКП(б) «О мерах по улучшению областных газет (Молот» (Ростов-на-Дону), «Волжская коммуна» (г. Куйбышев) и «Курская правда» стало

- А. увеличение до 4-х полос объема краевых и областных газет
- Б. уменьшение объема пропагандистских материалов в областных газетах
- В. создание редакционных коллегий в количестве 5-7 человек
- Г. упразднение отделов работы с письмами

7. Советские (российские) информационные агентства возникали в следующей последовательности

- А. РОСТА, Агентство печати «Новости», ТАСС, «Интерфакс»
- Б. Агентство печати «Новости», РОСТА, ТАСС, «Интерфакс»
- В. РОСТА, ТАСС, Агентство печати «Новости», «Интерфакс»
- Г. РОСТА ,ТАСС, «Интерфакс», Агентство печати «Новости»,

8. А. Луначарский, Ю. Стеклов, К. Симонов, А. Твардовский, С. Залыгин в разные годы редактировали журнал

- А. «Новый мир»
- Б. «Октябрь»
- В. «Знамя»
- Г. «Юность»

9. В каком случае неправильно воспроизведены факты развития советского телевидения

- А. Передачи малострочного телевидения осуществлялись с 15 ноября 1935 года
- Б. Начало передач электронного телевидения – 1946 год

В. В 1960-е годы отмечается бурное («взрывное») развитие телевидения

Г. Первая негосударственная структура на центральном телевидении "Телеканал 2х2" (август 1990 г.).

10. Борзов и Мартынов – это герои очерка

А. А. Калинина

Б. Г. Троепольского

В. В. Тендрякова

Г. В. Овечкина

11. Для прессы постсоветского периода характерно

А. рост числа изданий различных политических направлений

Б. значительное увеличение тиражей «толстых» литературно-художественных журналов

В. снижение интереса к религиозным изданиям

Г. падение популярности газет, не выражающих открыто партийной приверженности

12. Постановление ЦК ВКП(б) (1946 г.) касалось журналов

А. «Знамя» и «Наука и жизнь»

Б. «Новый мир» и «Дружба народов»

В. «Крестьянка» и «Работница»

Г. «Звезда» и «Ленинград»

13. Какие высказывания верно характеризуют журналистику 1960-1970-х годов.

- А.** В этот период появился новый тип печати – колхозные многотиражки. К 1966 году их было свыше 1400.
- Б.** В 1967 году Останкинский телецентр выпускает первые передачи в цветном изображении.
- В.** В 1961 году начало функционировать Агентство печати «Новости» (АПН)
- Г.** Центральное радиовещание ведет передачи по 3 программам.

14. В каком случае приведены верные данные о газете «Аргументы и факты»

- А.** Это еженедельник, возникший на волне хрущевской «оттепели» в 1961 г.
- Б.** Первоначально это было ежемесячное издание, рассчитанное на советского читателя за рубежом (работники торговых представительств, дипломаты, военные и т.д.)
- В.** Это информационное издание для лекторов и пропагандистов, основанное в 1978 году.
- Г.** В начале 1990-х «**АиФ**» – самое тиражное ежедневное издание

15. Какие из перечисленных статей принадлежат А.И. Солженицыну

- А.** Что мы перестраиваем?
- Б.** Как нам обустроить Россию
- В.** Не могу поступиться принципами.
- Г.** Наше дело правое

16. Первые негосударственные структуры на российском телевидении возникают

- А. в 1988 году
- Б. в 1990 году
- В. в 1996 году
- Г. в 2000 году

17. Издание конца 1990-х, положившее в основу своей деятельности проведение реальных независимых журналистских расследований

- А. Независимая газета»
- Б. «Новая газета»
- В. «Совершенно секретно»
- Г. «Человек и закон»

18. В каком вариант приводятся неверные факты истории изданий русского зарубежья

- А. Журнал «Грани» наряду с писателями русского зарубежья регулярно помещал произведения советских писателей В. Гроссмана, К. Паустовского, В. Солоухина и др.
- Б. Одним из активнейших публицистов еженедельного журнала «Посев» был А.Д. Сахаров.
- В. Журнал «Континент основан В.Максимовым в 1975 году в Берлине.
- Г. Основанные в Нью-Йорке газета «Новое русское слово» и «Новый журнал» с 1991 года выходят и в России.

19. Установите соответствие между названием СМИ, входивших в России в 1990-е годы и их характерными признаками

- 1. «Надежда»
- 2. «Экономика и жизнь»

3. «Правда Жириновского»
4. «Эхо Москвы»
5. «Русский журнал» Глеба Павловского

- А. Партийная газета
- Б. Первая женская радиостанция в России
- В. Деловая массовая газета
- Г. Сетевой журнал
- Д. Первое негосударственное московское радио

20. Соответствие между событиями в отечественной журналистике и датами

1. Принятие Закона «О печати и других средствах массовой информации»
2. Появление «Последних известий на телевидении»
3. Возникновение во Франкфурте-на-Майне журнала «Посев»
4. Преобразование Государственного комитета СССР по телевидению и радиовещанию в ВГТРК
5. Выход «Собеседника» - первого в СССР иллюстрированного издания в цвете

- А) 1956
- Б) 1990
- В) 1991
- Г) 1984
- Д) 1945

21. Название трех телевизионных журналов конца 1950-х

А. Молодость

Б. Клуб интересных встреч

В. Взгляд

Г. Знание

Д. Чтобы помнили

22. Укажите соответствие между названиями журналистских текстов и их авторами

1. «Лукояновский задор»

2. «Районные будни»

3. «Возродить в крестьянстве крестьянское»

4. «Не могу поступиться принципами»

А. В. Белов.

Б. В. Овечкин.

В. Н. Андреева

Г. А. Аграновский

23. Фамилии советских публицистов 1980-х годов

А. Ч. Айтматов

Б. М. Кольцов

В. Л. Рейснер

Г. Г. Бочаров

Д. Ю. Стеклов

24. Соответствие между произведениями и их авторами

1. «Родина»
2. «Наука ненависти»
3. «О ненависти»
4. «На старой смоленской дороге»

А. М.Шолохов

Б. И. Эренбург

В. К. Симонов

Г. А. Толстой

25. Соответствие между публицистическими текстами и их героями

1. «Наука ненависти»
2. «Девушка Роза»
3. «Чернорабочие победы»
4. «Бешеные волки»

А. жертва немецкого концлагеря

Б. саперы

В. фашистские главари

Г. лейтенант Герасимов

26. Фамилии двух героев очерков, опубликованных в «Правде» под рубрикой «Герои наших дней»

А. Василий Теркин

Б. Николай Мартынов

В. Лейтенант Герасимов

Г. Валентина Гаганова

Д. Евгения Долинюк

27. Соответствие между событиями в отечественной журналистике и датами

1. Начало ежедневных передач ленинградского телецентра
2. Возобновление регулярного телевидения Московского телецентра после войны
3. Создание Союза журналистов СССР
4. Выход специального постановления ЦК ВКП (б) «О журналах «Звезда» и «Ленинград»
5. Отмена цензуры в СССР

А.1959

Б. 1945.

В. 1990.

Г. 1956

Д.1946

28. «Один день Ивана Денисовича» А. Солженицына, «Об искренности в литературе» В. Померанцева, «Люди колхозной деревни послевоенной прозе» Ф. Абрамова – все эти произведения опубликованы в

А. журнале «Огонек»

Б. журнале «Грани»

В. журнале «Новый мир»

Г. журнале «Октябрь»

29. Газета, которую в апреле 1917 – июле 1918 года редактировал М. Горький и в которой была опубликована серия его статей под общим заголовком «Несвоевременные мысли», называлась:

- А. «Правда»
- Б «Искра»
- В. «Новая жизнь»
- Г. «Социал-демократ»

30. Какой из этих декретов, подписанных молодым советским правительством в октябре 1917 года, фактически лишил частные издательства прибыли:

- А. «О печати»
- Б. «О революционном трибунале печати»
- В. «О земле»
- Г. «О введении Государственной монополии на объявления»

31. В какую организацию в июле 1925 преобразовалось «Российское телеграфное агентство» (РОСТА)?

- А. «Телеграфное агентство Советского Союза»
- Б. «Союз журналистов СССР»
- В. «Союз писателей СССР»
- Г. Агитпроп ЦК ВКП(б)

32. Кем был Федор Раскольников, направивший в августе 1939 года «Открытое письмо Сталину»?

- А. белогвардейским офицером
- Б. министром культуры в советском правительстве
- В. дипломатом
- Г. лидером русской эмиграции за границей

33. Когда был издан сборник «Смена вех», положивший начало общественно-политическому течению в среде русской эмигрантской интеллигенции?

- А. 1918
- Б. 1921
- В. 1928
- Г. 1937

34. Кто был автором речи «Миссия русской эмиграции»?

- А. Куприн
- Б. Горький
- В. Бунин
- Г. Мережковский

35. В каком году состоялся XX съезд КПСС, на котором прозвучал доклад ее первого секретаря Н.С. Хрущева «О культе личности и его последствиях»?

- А. в 1945
- Б. в 1953
- В. в 1956
- Г. в 1964

36. Когда советское телевидение впервые осуществило внестудийную запись и что это была за передача?

- А. в 1945 году салют Победы на Красной площади
- Б. в 1949 году репортаж о футбольном матче со стадиона «Динамо»
- В. в 1953 году похороны И.В. Сталина
- Г. в 1959 году балет «Лебединое озеро» (трансляция из Большого театра)

37. Как расшифровывается аббревиатура ПТС?

- А. производственно-технический совет
- Б. повсеместная трансляция съездов
- В. проводная телекоммуникационная сеть
- Г. передвижная телевизионная станция

38. Как назывался первый советский толстый литературно-художественный журнал, выпущенный в 1921 году?

- А. «Знамя»
- Б. «Красная новь»
- В. «Дружба народов»
- Г. «Ленинград»

39. Кто еще из советских публицистов, помимо Валентина Овечкина, выступал с критикой недостатков советской системы управления сельским хозяйством в первое послевоенное десятилетие?

- А. Анатолий Аграновский
- Б. Ольга Чайковская
- В. Владимир Тендряков
- Г. Василий Песков

40. Какой из этих журналов не принадлежит к изданиям «третьей волны» русской эмиграции?

- А. «Новый мир»
- Б. «Новое русское слово»
- В. «Третья волна»
- Г. «Грани»

41. В каком году впервые в истории советского государства был принят Закон «О печати и других средствах массовой информации»?

- А. в 1964

- Б. в 1981
- В. в 1985
- Г. в 1990

42. Какое публицистическое выступление в газете «Советская Россия» от 13 марта 1988 года впоследствии вошло в историю как «антиперестроечный манифест»?

- А. «Не могу поступиться принципами» Нины Андреевой
- Б. «Ищите меня в Миссисипи» Бориса Стрельникова
- В. «Наше дело правое» Леонида Леонова
- Г. «Как нам обустроить Россию» Александра Солженицына

43. Что стало причиной окончания в 1993 году так называемого «золотого века» свободы отечественной журналистики?

- А. принятие закона «О государственной тайне»
- Б. экономические реформы, приведшие к росту монопольных цен на бумагу, полиграфические услуги и распространение печатных СМИ
- В. распад СССР
- Г. начало военного конфликта в Чечне

44. Какая газета попала в 1991 году в «Книгу рекордов Гиннеса» за самый большой в мире тираж, который составил 31,5 миллионов экземпляров?

- А. «Комсомольская правда»
- Б. «Труд»
- В. «Известия»
- Г. «Аргументы и факты»

45. Кто входил в группу разработчиков действующего сегодня «Закона о СМИ»?

- А. Михаил Горбачев, Александр Яковлев и Андрей Громыко
- Б. Борис Ельцин, Руслан Хасбулатов и Егор Гайдар
- В. Михаил Федотов, Юрий Батурин и Владимир Энтин
- Г. Андрей Сахаров и Игорь Шафаревич и Михаил Ульянов

**Приложение
к рабочей программе дисциплины
«История рекламы и СО»**

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине **«История рекламы и СО»**

Тема 1. Протореклама и пропиар. Роль символизации в становлении рекламной деятельности.

Комплексный анализ герба г. Курска (или одного из городов Курской области)

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 2. Развитие публичного информирования и рекламирования в античный период.

Рекламный текст, стилизованный под исторические образцы античных текстов (или использующий образы, символы, отсылки к античной культуре)

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 3. Средневековые формы рекламной коммуникации

«Своеобразие непрофессиональной рекламы в средневековой Европе»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 4. Реклама русского средневековья

Реклама современных товаров, стилизованная под расшный стих (или самостоятельно составленные ярмарочные присловья)

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 5. Газетно-журнальная реклама в 18-19 вв.

Аннотированный каталог типов рекламных объявлений в одной из российских массовых газет второй половины 19 века (по выбору студента)

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 6. Знаки собственности: клеймо, торговая марка, экслибрис.

Аннотированная подборка экслибрисов (или развернутый комментарий к символическому содержанию одной из торговых марок, или презентация авторской торговой марки, логотипа).

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 7. Новации в рекламе XIX – начале XX веков.

Эссе на тему «Креативные рекламные идеи начала 20 века не утратившие своей актуальности и через столетие»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 8. Реклама русского модернизма

Исследование на тему «Рекламное сопровождение «Русских сезонов» С. Дягилева»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 9. Развитие рекламных форм в период Первой Мировой войны

Презентация подборки плакатов (или лубочных картин периода Первой Мировой войны)

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 10. Благотворительность, спонсорство, меценатство как особое направление в сфере рекламы и СО

Аннотированный перечень «Формы благотворительности в освещении газеты «Курские губернские ведомости» (или другая форма презентации результатов исследования на данную тему).

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 11. Повышение рекламной активности в 1920-е годы.

Выступление (исследование) на тему «Агитационный стиль в рекламе»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 12. Нетрадиционные формы рекламной коммуникации в 1930-е годы.

Выступление, доклад (презентация, аннотированный каталог) на тему «Реклама 1920-1930-х годов на нетрадиционных носителях»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 13. Виды политической рекламы военного времени.

Аннотированная подборка примеров на тему Пропагандистский (контр пропагандистский) плакат (открытка) периода Великой Отечественной войны

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 14. Развитие потребительской рекламы в Европе и США в 1945-1970-е годы

Исследование на тему «Реклама и массовая культура в 1960-1970-е годы»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 15. Специфика развития рекламы в СССР в 1960-1990-е гг.

Подборка (презентация) на тему «Рекламно-пропагандистские кампании 1970-1980-х гг. (Подготовки к партийным съездам, выборные кампании, юбилеи вождей и др.)

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 16. Развитие радио и телерекламы в 1960-1990-е годы.

Аннотированная авторская подборка рекламных роликов «Десятка лучших телевизионных рекламных роликов 1960-1970-х гг.»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 17. Российская реклама в 1990-2000 е годы

Комплексный анализ рекламного текста одной из газет (журнала, рекламного ролика и др.), опубликованного (вышедшего в эфир) в 1991-2000 гг.

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема 18. Тенденции развития мировой рекламы в конце 20 –начале 21 вв.

Подборка на тему «Приемы рекламы прошлых лет в современном рекламном тексте»

Тестовые задания (примеры тестовых заданий см. ниже)

Примеры тестовых заданий

- 1. Продолжите высказывание « А античных городах альбум – это...**
А. процарапанная любым жителем города надпись на стене дома, портике
Б. участок на городской стене, выделенный белой краской и предназначенный для записи объявлений
В. объявление о продаже рабов
Г. знак ремесленника, оставленный на товаре.
- 2. Что из перечисленного не относится к античной политической рекламе**
А. возведение трофейных сооружений
Б. триумфальные шествия
В. элоги
Г. сообщения о гладиаторских боях.
- 3. Блустителя порядка на рыночной площади в древних Афинах называли..**
А. агороном
Б. глашатай
В. эдил
Г. режиссер
- 4. Основная задача герольда**
А. оповещение о месте турнира
Б. следить за соблюдением ритуала рыцарского поединка
В. следить за верностью интерпретации символики рыцарского щита
Г. все перечисленное
- 5. Клейноды – это ..**
А. дни ежегодных цеховых праздников
Б. правила расположения ремесленников во время шествия по городу
В. эмблемы цеха, вышитые на одежде состоятельных мастеровых
Г. крики уличных зазывал
- 6. В средневековой Руси офеня – это ..**
А. любой корабельник
Б. стационарный зазывала
В. раешник
Г. приказчик в лавке
- 7. Первые каталоги книг в Западной Европе появились в**
А. 1470-х гг

Б. 1560-х гг.

В. 1610-х гг.

Г. 1750-х гг.

8. Одним из самых знаменитых авторов экслибрисов в эпоху Возрождения стал ..

А.Сandro Боттичелли

Б. Альбрехт Дюрер

В. Тициан

Г. Ян Брейгель

9. Адресное бюро Теофраста Ренодо начнет действовать ..

А. в Голландии в 1617 году

Б. в Германии в 1604 году

В. во Франции в 1629 году

Г. в Англии в 1631 году

10. Новшество Джона Хоуптона, внедренное в «Собрании известий ради развития предпринимательства и торговли»,

А. публикация объявлений о продаже кофе

Б. помещение брачных объявлений

В. реклама медицинских услуг

Г. объявления о предсказании будущего

11. «Отцом рекламы» в США принято считать

А. Бенджамина Франклина

Б. Джона Хоуптона

В. Джон Кэмпбелл

Г. Эндрю Брэдфорд

12. Кто из перечисленных французских художников известен как мастер художественной афиши и плаката

А. Поль Гоген

Б. Ле Корбюзье

В. Гюстав Доре

Г. Анри ТузузЛотрек

13. «Фряжскими листьями» в России 16-18 называли

А. листки объявлений

Б. лубочные картины

В. вывески

Г. любые объявления

14. Кто из русских художников занимался изучением опыта вывесочников и писал вывески

А. И. Шишкин

Б. И. Репин

В. К. Петров-Водкин

Г. К. Серов

15. Первые специализированные рекламные газеты появляются в России в

А. 1770-1780-е гг.

Б. 1830-1840-е гг.

В. в 1860-1870-е гг.

Г. в 1890-1900-е гг.

16. . Краткое рифмованное высказывание, содержащее похвалу предлагаемому товару – это...

А. заличка

Б. альбум

В. римская протогазета

Г. граффити

17. Ответвление массовой информации, осуществляемое посредством картин, рисунков, набросков, ориентированных на зрелищное восприятие аудиторией с целью побудить ее к оперативной, нужной, с точки зрения рекламодателя, реакции – это...

А. альбум

Б. живописная вывеска

В. граффити

Г. изобразительная реклама

18. Рекламный жанр, сформировавшийся в начале периода книгопечатания и содержащий перечисление видов товара, имеющих в продаже – это...

А. заличка

Б. афиша

В. каталог

Г. конклюдия

19. Распространение по деревням товаров, преимущественно галантерейных и мануфактурных, при помощи разносчиков – это...

А. глашатайство

- Б. конклюдия
- В. заличка
- Г. корбейничество

20. Старинный способ рекламирования посредством фургонов, боковые части которых были оклеены крупногабаритной рекламой, а на центральном помосте нередко располагались объемные муляжи рекламируемых товаров

- А. конная рекламная процессия
- Б. конклюдия
- В. «крики улиц»
- Г. глашатайство

21. Яркая разноцветная картинка, печатавшаяся с деревянной гравированной доски, содержащая в том числе рекламную информацию

- А. граффити
- Б. лубок
- В. альбум
- Г. летучий листок

22. Мошенническое высказывание относительно товара, зрелища, услуги и т.п., обращенное к человеку или группе людей, не имеющая под собой фактического основания

- А. конклюдия
- Б. обманная или «дутая» реклама (puff-реклама)
- В. лубок
- Г. альбум

23. Ажиотажный спрос на лекарства, качество которых было заверено государственным патентом, во многом вызванный интенсивной рекламой

- А. патентная лихорадка
- Б. первая информационная революция
- В. массированная рекламная кампания

24. Рекламное представление цирковых артистов, проходившее на балконах ярмарочных балаганов

- А. конклюдия
- Б. лубок
- В. глашатайство
- Г. раус

25. Декоративный знак, обычно художественно выполненный, который прикрепляют к своим книгам библиофилы, чтобы удостоверить этим свою собственность

- А. штамп
- Б. граффити
- В. экслибрис
- Г. альбум

26. Профессиональное подразделение торговцев, находившихся обычно у входа в лавку и завлекавших туда посетителей

- А. стационарные зазывалы
- Б. коробейники
- В. офеня
- Г. ярмарочный дед

27. Протореклама базируется на...

- А. самоидентификации личности
- Б. архетипических символов
- В. знаковой функции демонстрирования и представляет из себя многообразные комплексы, наличие которых в культуре восходит к эпохе палеолита

28 . Демонстрирование богатства вызвало появление такого вида проторекламы, как...

- А. знаки собственности
- Б. престижное потребление
- В. символизация

29. Способы авторского удостоверения изготовленной продукции, которые наносились автором на созданное им изделие, - это...

- А. клеймо
- Б. штамп
- В. экслибрис
- Г. авторские сигнатуры

30. В качестве элемента политической рекламы античности можно рассматривать

- А. знаки собственности
- Б. триумфальные шествия
- В. граффити
- Г. мраморный барельеф

31. Первые попытки упорядочить рекламный процесс предпринимаются

- А. в античности
- Б. в Средние века
- В. в XIX веке

32. В Средневековье бытование многообразных вариантов рекламных текстов было порождено

- А. первой информационной революцией
- Б. влиянием церкви
- В. урбанизмом
- Г. патентной лихорадкой

33. Исключите лишнее. Главные направления официального рекламирования в Средневековье

- А. конфессиональное
- Б. коммерческое
- В. административно-правовое
- Г. проблески социальной рекламы (сообщения об утерянных вещах)

34. Первые профессиональные объединения глашатаев во Франции появились в

- А. XII веке
- Б. XV веке
- В. XVII веке

35. В России театральные зазывалы-декламаторы получили наименование

- А. театральные герольды
- Б. скоморохи
- В. офени
- Г. «балаганные деды»

36. Исключите лишнее. Образцами изобразительной рекламы XI-XVI веков являются

- А. цеховая геральдика
- Б. граффити
- В. торговая и производственная эмблематика
- Г. народные гравюры

37. В 1393 году английский король Ричард II издал указ, обязывающий всех торговцев

- А. объединяться в цеховые гильдии
- Б. на своих домах вывесить опознавательные знаки в виде геральдических кронштейнов (щитов) или животных вывесок
- В. оплачивать работу городских глашатаев

38. В Средневековье предпосылки становления плакатного жанра в рекламном процессе в создает

- А. развитие фресковой и монументальной церковной и светской живописи
- Б. бурное развитие театрального искусства
- В. процесс наращивания вербальной письменной рекламы

39. Излюбленным жанром коммерческой и политической рекламы в ближайшее десятилетие после начала печатного тиражирования становится

- А. афиша
- Б. печатный летучий листок
- В. альбум

40. Вербальная реклама книг в Средневековье осуществлялась посредством

- А. афиш
- Б. каталогов
- В. выразительной подачи их титульных листов
- Г. преysкурантов

41. На втором месте по частоте обращения к печатной рекламе в XV –XVI веках после типографов и книготорговцев находились...

- А. служители церкви
- Б. торговцы вином
- В. бродячие труппы актеров
- Г. плотники

42. Основу рекламного агентства как площадки, дававшей необходимое место для различных объявлений и предложений, заложил

- А. ДемуленКамиль
- Б. Теофраст Ренодо
- В. БродельФернан

Г. Бердслей Обри

43. Первый профессионально организованный рекламный журнал «Общественный консультант» издавался

- А. в Лондоне Мэрчмонтом Нидхэмом
- Б. в Париже Теофрастом Ренодо
- В. в Италии Броделем Фернаном

44. Отцом английской рекламы принято считать

- А. Роджера Л'Эстренджа
- Б. Джона Хоута
- В. Мэрчмонта Нидхэма
- Г. Теофраста Ренодо

45. В 1693 году Джон Хоутон решился на беспрецедентный в массовой коммуникации шаг

- А. бесплатное распространение рекламной газеты
- Б. публикацию обманной («дутой») рекламы
- В. публикацию интимной межличностной рекламы

46. Афера «Небесная кровать» доктора Грэхэма, имевшая место в 1788-1791 г. представляет собой типичный пример

- А. puff-рекламы
- Б. рекламы типа «wantandtype»
- В. рекламы типа «noquestion»

47. Исключите лишнее. Основными объектами рекламирования североамериканской рекламы колониального периода были

- А. купля-продажа участков, домов, недвижимости
- Б. кофе и чай
- В. объявления, связанные с розыском бежавших рабов и слуг
- Г. сообщения о прибытии или отправке судов

48. В России роль конфессиональной рекламы выполняли

- А. проповеди юродивых
- Б. раешный стих
- В. крестные ходы
- Г. конклюдия

49В России практика коммерческих объявлений начинается в газете

- А. «Санкт-Петербургские ведомости»
- Б. «Ведомости»
- В. «Московские ведомости»
- Г. «Северная почта»

50. Специальное приложение в российских газетах XVIII века, содержащее рекламные объявления, называлось...

- А. прибавления
- Б. суплемент
- В. конклюдии
- Г. примечания

51. С именем английского предпринимателя Джона Белла связано появление

- А. рекламных листовок
- Б. рекламных буклетов
- В. рекламных вкладышей

52. «Куском человечины между двумя ломтями рекламного теста» Ч. Диккенс называл...

- А. людей-«сэндвичей»
- Б. стационарных зазывал
- В. рекламных агентов

53. Лидером «плакатного бума», характерного для Западной Европы XIX века, стала...

- А. Германия
- Б. Франция
- В. Великобритания
- Г. Италия

54. «Национальное сообщество по контролю за рекламными злоупотреблениями» было создано в Великобритании в...

- А. 1438 году
- Б. 1756 году
- В. 1893 году

55. Автором первого фундаментального труда по истории всемирной рекламы, вышедшем в Англии в 1874 году, был...

- А. Генри Сэмпсон

- Б. Ганс Бухли
В. Чарльз Митчелл

56. Правительственный указ, разрешавший публикацию рекламных текстов при условии, что по соседству с ними не будет политических или литературных сочинений, было принято во Франции при

- А. Людовике XV
Б. Наполеоне I
В. Филиппе IV Красивом

57. Наибольшую славу французской рекламе второй половины XIX столетия принесло

- А. мастерство многоцветного художественного плаката
Б. специализированные рекламные издания
В. летучие листки

58. «Премиальная торговля» как рекламный прием была инициирована предпринимателями...

- А. Франции
Б. Италии
В. Германии

59. Зачинателем «убеждающего» направления в американской рекламе XIX века, получившей название «reasonwhy», стал

- А. Джон Пауэрс
Б. Роберт Гейр
В. Финис Барнум

60. Первые рекламные фотоснимки в России появляются в конце XIX века в журнале

- А. «Вестник Европы»
Б. «Фотограф»
В. «Библиотека для чтения»

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Б	Г	А	Г	В	А	А	Б	В	Б	А	Г	Б	В	В

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	Г	В	Г	A	Б	Б	A	Г	В	A	В	A	Г	Б

31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
A	В	A	A	Г	Б	Б	A	Б	В	A	Б	A	Б	В

46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
A	Б	В	A	Б	В	A	Б	В	A	Б	A	В	A	Б

Оценочные материалы для проведения текущего контроля по дисциплине «Компьютерные технологии и информатика»

Раздел 1. Работа с текстовым процессором Microsoft Office Word

Контрольные вопросы

1. В чем принципиальное отличие процессов подготовки текстов на компьютере и на печатной машинке?
2. Каково назначение текстовых процессоров? Опишите функциональные возможности современных текстовых процессоров.
3. Охарактеризуйте возможности текстового процессора Microsoft Word.
4. Опишите все известные вам способы запуска Microsoft Word. В чем преимущества и недостатки каждого?
5. Опишите элементы окна Microsoft Word и их назначение. Чем отличается панель инструментов Стандартная от панели Форматирование?
6. Каково назначение области задач? Какие задачи отображаются в этой области? Их назначение?
7. Назовите пиктограммы панели инструментов Стандартная, которые полностью дублируют команды горизонтального меню.
8. Опишите способы выделения элементов в окне документа Microsoft Word.
9. Каково назначение непечатаемых символов? Зачем они нужны на экране? Как включить отображение непечатаемых символов в документе?
10. Что такое абзац текста, чем он отличается от предложения? Какие параметры оформления абзаца вы знаете?

11.Что такое стиль? Чем отличается раскрывающийся список стилей оформления в панели инструментов Форматирование от раскрывающегося списка шрифтов?

12.Перечислите структурные элементы страницы и покажите их на примере документа. Опишите способы изменения параметров страницы.

13.Что такое колонтитул? Приведите примеры колонтитулов в журналах и ваших учебниках. Опишите назначение кнопок на панели инструментов Колонтитулы.

14.Какие справочные разделы документа можно сформировать автоматически с помощью MS Word?

15.Опишите, чем отличаются варианты представления документа в окне Microsoft Word: режим разметки страницы и режим структуры документа, в каких случаях они целесообразны?

16.Как установить масштаб изображения на экране? Влияет ли масштабирование документа на экране на размер символов при печати?

17.Опишите возможности рисования Microsoft Word. Исследуйте и опишите все пиктограммы панели Рисование. Как называются объекты, которые мы создаем с помощью этой панели?

18.Каково назначение полотна?

19.Каковы особенности применения таблиц в Microsoft Word? Каковы правила именования ячеек таблицы? Опишите синтаксис формул в таблицах.

20.Опишите порядок создания оглавления и указателя.

21.Какие возможности предоставляются пользователю по изменению настроек и параметров Microsoft Word?

22.Как установить промежуток времени, по истечении которого Word будет автоматически сохранять документ?

23.Как задать в качестве каталога по умолчанию для расположения документов, создаваемых в Word, каталог D:\DOCUMENT?

Задания

1. Запустите Microsoft Word. Создайте новый документ. Введите текст 1-2 абзацев начала данной главы. Задайте следующие параметры текста: шрифт - Times New Roman; размер символов - 16 п.; начертание - полужирный курсив. Задайте следующие параметры абзаца: первая строка - отступ на 1 см.; интервал перед - 4 п.; интервал после - 2 п.; межстрочный интервал - полуторный; выравнивание - по ширине; запретить висячие строки; запретить автоматический перенос слов. Примените данные параметры абзаца к тексту. Сохраните документ в файле: C:\TEXT\DOCUM1.DOC.

Пронаблюдайте изменение представления документа при выборе в меню **Вид** режимов просмотра: Обычный, Электронный документ, Структура, Разметка страницы. Удалите первую строку текста. Выполните отмену операции удаления. Сохраните документ под именем C:\TEXT\DOCUM2.DOC.

2. Запустите Microsoft Word. Откройте файл C:\TEXT\DOCUM2.DOC. Выбрав в меню **Файл** команду **Параметры страницы**, просмотрите параметры страницы. Задайте следующие параметры страницы: включить опцию Зеркальные поля; ориентация Альбомная; различать колонтитулы четных и нечетных страниц. Просмотрите, как будет выглядеть текст перед печатью. Сохраните текст как **Текст MS DOS** в файле C:\TEXT\DOCUM2.TXT. Закройте окно документа DOCUM2. TXT.

3. В окне Microsoft Word откройте C:\TEXT\DOCUM2.TXT как текст MS DOS, подтвердив при открытии преобразование из формата MS DOS в формат документа Microsoft Word. Вставьте в документ несколько рисунков (из стандартного набора Microsoft Clip Gallery), из графических файлов на диске, видеоклип, звуковой файл. Оформите вставленные объекты, включив обтекание текста вокруг рамки. Оформите текст с обрамлением в рамку с тенью и заполнением на 15% любым цветом по вашему выбору. Разбейте текст документа на две колонки с разделителем. Начало каждого абзаца текста оформите буквицей. Сохраните документ под именем C:\TEXT\DOCUM3.DOC.

4. В окне Microsoft Word откройте C:\TEXT\DOCUM3.DOC. Перейдите в конец документа и вставьте таблицу из трех строк и четырех столбцов следующего вида:

№ п/п	Наименование товара	Цена	Количество

В таблицу впишите данные о двух товарах. Добавьте еще один столбец в конце таблицы для подсчета суммы и задайте ему заголовок «Сумма».

Добавьте еще одну строку для подсчета итоговой суммы. В ячейки таблицы в графе «Сумма» вставьте поля формул типа =C2*D2; в ячейку подсчета итоговой суммы вставьте формулу =SUM(ABOVE). Задайте нужную ширину столбцов и высоту строк, начертание символов, оформите границы ячеек, так чтобы получилась таблица следующего вида:

№ п/п	Наименование товара	Цена	Количество	Сумма
1	Цветы	23.56	3	237
2	Конфеты	12.82	4	376
Итого:				613

Сохраните документ под именем C:\TEXT\DOCUM4.DOC.

5.В окне Microsoft Word откройте C:\TEXT\DOCUM4.DOC. Задайте следующие колонтитулы:

Пример текста верхнего колонтитула	Текущая дата
Пример текста нижнего колонтитула	Номер страницы

Создайте сноски для слов «персональных», «редакторы», «встроенные», «проза», «таблица», «программа». Сохраните документ под именем A:\DOCUM5.DOC.

6.В окне *Microsoft Word* откройте C:\TEXT\DOCUM4.DOC. Примените стили Заголовок 1, Заголовок 2 и Заголовок 3 к отдельным абзацам документа. Вставьте в конец документа оглавление данного документа.

В данном тексте пометьте слова «компьютеров», «информации», «прикладных», «программ», «Editor», «Lexicon», «Word» как элементы для

построения указателя. Вставьте в конец документа указатель Формального вида. Сохраните документ под именем C:\TEXT\DOCUM6.DOC.

7. В окне Microsoft Word откройте C:\TEXT\DOCUM6.DOC. Изучите и скопируйте в конец документа текст справки Word по разделам Вставка полей, Вставка текущей даты и времени в документ, Изменение полей страницы, Коды полей: = (Формула). Вставьте в верхний колонтитул документа текущие дату и время, в нижний колонтитул - имя пользователя. Сохраните документ под именем C:\TEXT\DOCUM7.DOC.

8. Изучите текст справки на тему: Создание шаблона. Создайте шаблон документа, состоящего из двух колонок равной ширины с разделителем. Задайте следующие параметры страницы: верхнее и нижнее поля по 2,5 см, левое поле 3,5 см, правое поле 1,5 см, ориентация листа - альбомная, различать колонтитулы четных и нечетных страниц. Сохраните шаблон под именем Пример.dot. Закройте окно созданного шаблона. Создайте документ на основе созданного вами шаблона Пример, скопируйте в него текст справки на тему Изменение шаблона. Сохраните документ на диске под именем C:\TEXT\DOCUM9.DOC.

9. Изучите текст справки на темы: Быстрое создание писем, записок и других документов, Создание и отправка факсимильных сообщений с помощью мастера факсов. Используя Мастер факсов, создайте шаблон факсимильного сообщения, для этого:

- выберите создание только титульного листа с заметками;
- в качестве приложения для отправки факсимильного сообщения выберите Microsoft Fax или другое установленное на компьютере приложение;
- заполните поля Имя и Номер факса вашего корреспондента;
- выберите стиль титульного листа (например, современный);
- введите сведения об отправителе: Ф.И.О., название учреждения; почтовый адрес, номер телефона, номер факса.

По окончании создания факса вы можете отправить его сразу, выбрав в диалоговом окне опцию Отправить факс сейчас, либо сохранить шаблон факса под именем Мой факс и использовать его для быстрого создания факса.

10. Изучите текст справки на тему: Как работать с Microsoft Word: Настройка Word. Создайте новый документ, в окно которого скопируйте текст справок

Word на темы: Настройка панелей инструментов, Добавление кнопки на панель инструментов, Добавление команд или других элементов в меню, Удаление кнопки с панели инструментов, Настройка меню, Добавление нового меню на панель инструментов, Удаление команды из меню, Удаление меню с панели инструментов, Настройка экрана, Переход в полноэкранный режим, Отображение непечатаемых символов, Отображение панели инструментов, Отображение полос прокрутки, Элементы строки состояния. Изучите текст справок.

Примечание. На первых порах следует записывать значение изменяемых вами параметров или настроек, чтобы вы могли в случае необходимости вернуть прежние настройки.

Выполните изменение следующих настроек Microsoft Word:

- задайте в качестве каталога для расположения документов C:\DOCUMENT;
- включите подтверждение преобразования при открытии файлов, созданных в других редакторах;
- включите отображение вертикальной полосы прокрутки;
- выключите отображение горизонтальной полосы прокрутки;
- добавьте в главное меню пункт Пример меню, в которое включите команды: **Конверты и наклейки, Правописание** и другие, по вашему усмотрению.

11. Создайте новый документ. Изучите и скопируйте в окно документа текст справки Word на темы: Печать документа, Печать только четных или нечетных страниц, Печать черновика документа, Печать в файл. Вставьте номера страниц. Выполните предварительный просмотр документа перед печатью. Напечатайте первую страницу документа. Просмотрите результат.

Работа с табличным процессором Microsoft Office Excel

Контрольные вопросы

1. Что такое электронная таблица?
2. Что такое электронный процессор?
3. Какие структурные элементы содержит электронная таблица?
4. Как задается адрес ячейки, адрес диапазона ячеек?

5. С какими типами данных работает MS EXCEL?
6. Какой символ нужно нажать в MS EXCEL, чтобы начать ввод формул?
7. В чем отличие между абсолютными и относительными ссылками в MS EXCEL?
8. Как в MS EXCEL записать абсолютную ссылку на ячейку?
9. Как в MS EXCEL записать относительную ссылку на ячейку?
10. Что может быть аргументом функции MS EXCEL?
11. Каким способом можно вызвать список категорий функций MS EXCEL?
12. Вопросы EXCEL Графические возможности .
13. Какие типы диаграмм позволяет использовать MS EXCEL?
14. Из каких объектов состоит диаграмма в MS EXCEL?
15. Что является исходными данными для диаграмм в MS EXCEL?
16. Позволяет ли MS EXCEL строить трехмерные поверхности?
17. Ошибки MS EXCEL
18. Что означает сообщение об ошибке ##### в ячейке MS EXCEL?
19. Что означает сообщение об ошибке #ДЕЛ/0! в ячейке MS EXCEL?
20. Что означает сообщение об ошибке #Н/Д! в ячейке MS EXCEL?
21. Что означает сообщение об ошибке #ИМЯ? в ячейке MS EXCEL?
22. Что означает сообщение об ошибке #ПУСТО! в ячейке MS EXCEL?
23. Что означает сообщение об ошибке #ЧИСЛО! в ячейке MS EXCEL?
24. Что означает сообщение об ошибке #ССЫЛКА! в ячейке MS EXCEL?
25. Обработка данных в MS EXCEL.
26. Как осуществить сортировку данных в MS EXCEL?
27. Можно ли сортировать данные в MS EXCEL по нескольким столбцам?
28. Для чего служит фильтр в MS EXCEL?
29. Как задать фильтр в MS EXCEL?
30. Сколько параметров можно указать при фильтрации в MS EXCEL?

31. Для чего нужен расширенный фильтр?

Проектирование приложений в среде объектно-ориентированного языка программирования Microsoft Visual Basic for Applications (VBA)

Контрольные вопросы

1. Где пишутся листинги (коды) процедур?
2. Какова структура листинга процедуры?
3. Что записывается в заголовок процедуры после служебного слова Sub?
4. Каким оператором осуществляется присвоение значения переменной в Visual Basic?
5. Каким оператором в Visual Basic организуется ввод данных? Вывод данных?
6. Какова структура оператора ветвления если / то / иначе / кесли в Visual Basic?
7. Как организуются циклы с параметром?
8. Как осуществляется обращение к процедуре из другой процедуры?
9. Как описываются переменные в Visual Basic? Для чего это необходимо?
10. Где пишутся листинги функций, определяемых пользователем?
11. Какова структура листинга (кода) функции, определяемой пользователем?
12. Что вписывается в заглавную строку листинга пользовательской функции после служебного слова Function?
13. Как осуществляется присвоение значения функции в VBA?
14. Каковы значения, вычисляемые встроенными функциями VBA (Left, Trim)? Каков смысл аргументов этих функций?
15. В чем различие функций Excel, функций, определенных пользователем, и встроенных функций VBA? Где могут применяться функции перечисленных видов (рабочий лист, программный код)?

Приложение
к рабочей программе дисциплины
«Медиарилейшнз»

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине «Медиарилейшнз»

1. Регулирование работы со СМИ в соответствии с определенными принципами маркетинговой деятельности

- А. медиааналитика
- Б. медиапланирование
- В. мониторинг**

2. Исключите лишнее. По степени точности медиапланирование может быть

- А. ускоренным
- Б. укрупненным
- В. уточненным**

3. Исключите лишнее. В итоговом виде медиаплан должен содержать следующие компоненты

- А. определение целей
- Б. Б. определение целевых рынков
- В. программа работы с различными СМИ, определение их соотношения
- Г. географию распространения ключевых СМИ
- Д. общие заключения по работе**

4. Исключите лишнее. Для того, чтобы информационная политика организации имела успех, она должна отвечать следующим требованиям...

- А. Открытость
- Б. массовость
- В. единство по содержанию
- Г. активность
- Д. весомость**

5. Линейный алгоритм распределения информации для СМИ

- А. представляет способ воздействия через лидеров мнений

- Б. построен на том, что информация сообщается малозначащим СМИ, но обязательно сразу многим
- В. построен на том, что информация направляется сразу всем СМИ, которые имеются в поле зрения организации

6. исходящий алгоритм распределения информации для СМИ

- А. построен на том, что информация направляется сразу всем СМИ, которые имеются в поле зрения организации
- Б. использует хорошо известный способ воздействия через лидеров мнений
- В. построен на том, что информация сообщается малозначащим СМИ, но обязательно сразу многим

7. Восходящий алгоритм распределения информации для СМИ

- А. построен на том, что информация сообщается малозначащим СМИ, но обязательно сразу многим
- Б. построен на том, что информация направляется сразу всем СМИ, которые имеются в поле зрения организации
- В. использует хорошо известный способ воздействия через лидеров мнений

8. Метод взаимодействия со СМИ, суть которого заключается в том, что СМИ получают для опубликования чрезвычайно важную и секретную информацию, которая таким образом становится известна общественности

- А. утечка информации
- Б. пресс-клиппинг
- В. медиарилейшнз

9. Неформальный круг доверенных журналистов

- А. аккредитация
- Б. редакция СМИ
- В. +журналистский пул

10. Специально организованная система отношений между организацией и СМИ

- А. создание журналистского пула
- Б. аккредитация
- В. пресс-клиппинг

11. Количество аккредитованных представителей одной редакции определяется

- А. с учетом реальных возможностей их размещения в помещениях, в которых проводятся заседания и иные мероприятия организации и ее подразделений
- Б. с учетом материальных возможностей редакции
- В. исходя из редакционной политики издания

12. Исключите лишнее. Аккредитованные журналисты имеют право:

- А. заблаговременно получать информацию о предстоящих заседаниях, совещаниях и других мероприятиях
- Б. без уведомления руководства организации пользоваться внутренними документами
- В. знакомиться с информационно-справочными материалами (повесткой дня, стенограммами заседаний, текстами заявлений, пресс-релизами и другими документами)
- Г. присутствовать во время проведения открытых мероприятий организации в залах заседаний или специально оборудованных помещениях пресс-службы

13. Что не может быть официальной причиной отказа в аккредитации представителям СМИ?

- А. представление для оформления аккредитации документы, содержащие не соответствующие действительности сведения
- Б. информационная политика СМИ
- В. желание которые аккредитовать при организации такое количество журналистов, которое превышает установленную квоту

14. Исключите лишнее. Журналист может быть лишен аккредитации...

- А. в случае систематического непосещения журналистом мероприятий, организуемых СМИ
- Б. при увольнении журналиста из редакции
- В. при прекращении деятельности средства массовой информации в случае распространения не соответствующих действительности сведений, причинивших организации вред или ущемляющих права и законные интересы ее работников, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда

15. Исключите лишнее. Все мероприятия, организуемые отделом рекламы и связей с общественностью для журналистов, можно разделить на три вида:

- А. аналитические
- Б. информационные
- В. имиджевые
- Г. специальные

16. К информационным мероприятиям, организуемым отделом рекламы и связей с общественностью для журналистов, не относятся

- А. пресс-конференции
- Б. брифинги
- В. презентации

17. Текущее, регулярное мероприятие, не требующее специального информационного повода

- А. пресс-конференция
- Б. презентация
- В. брифинг

18. Имиджевые мероприятия, организуемые отделом СО ...

- А. должны с помощью СМИ создать у общественности позитивное восприятие организации или её продукции, плюс помочь завоевать симпатии самих журналистов
- Б. призваны информировать общественность о деятельности организации посредством передачи сообщений через СМИ
- В. должны с помощью СМИ заинтересовать общественность путем использования нестандартных приемов работы с журналистами.

19. Что не относится к имиджевым мероприятиям, организуемым отделом рекламы и СО для СМИ?

- А. презентация
- Б. брифинг
- В. дегустация
- Г. пресс-туры

20. Неформальная встреча руководства или топ-менеджмента компании с узким кругом журналистов из ключевых для данного PR-субъекта медиа, целью которой является формирование долгосрочной программы лояльности СМИ по отношению к организации

- А. презентация
- Б. пресс-тур
- В. +пресс-завтрак (пресс-ланч)

21. К специальным мероприятиям, организуемым отделом рекламы и СО для СМИ, не относится

- А. презентации
- Б. пресс-туры
- В. пресс-ланчи

22. Организованные визиты журналистов на предприятие

- А. пресс-туры
- Б. презентации
- В. пресс-конференции

23. Модель обсуждения в присутствии СМИ некоторого вопроса лицами, выступающими в качестве экспертов, с целью обобщения идей и мнений

- А. брифинг
- Б. презентация
- В. +круглый стол

24. Конкурсы для СМИ как форма взаимодействия с журналистами относится к

- А. информационным мероприятиям
- Б. специальным мероприятиям
- В. имиджевым мероприятиям

25. Подбор публикаций в печатных СМИ и в Интернете за указанный период времени, в которых упоминается определенная организация или персона - это...

- А. мониторинг
- Б. медиакарта
- В. пресс-клиппинг

26. Медиативированные PR-тексты - это тексты, распространяемые ...

- А. методом прямой почтовой рассылки
- Б. в ходе личных встреч
- В. через СМИ

27. Информационный материал о благоприятном опыте компании и указание на его социальную ответственность - это...

- А. пресс-ревью
- Б. байлайнер
- В. бэграундер
- Г. кейс-стори

28. В какие дни недели не рекомендуется проводить пресс-конференции?

- А. среда, вторник
- Б. вторник, четверг
- В. понедельник, пятница
- Г. четверг, пятница

29. Информационные поводы, выгодные для компании, способные поднять её репутацию в глазах общественности - это:

- А. "свои" информационные поводы
- Б. "желаемые" информационные поводы
- В. "обязательные" информационные поводы

30. Слоган как вид ПР-документа, по классификации А.Д.Кривоносова это:

- А. простой первичный ПР-текст
- Б. смежный ПР-текст
- В. рекламный текст, не является ПР-текстом

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Б	А	Г	Б	В	Б	А	А	В	Б	А	Б	Б	А	А	В	В	А	Б	В

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
А	А	В	Б	В	В	Г	В	Б	Б

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине Наружная реклама**

1. Продвижение товара – это:

- А) экономическая политика;
- Б) исследовательская политика;
- В) коммуникационная политика

2. Основными средствами продвижения товаров являются:

- А) реклама, спонсорство, выставки, пропаганда;
- Б) реклама, связи с общественностью, персональная продажа, стимулирование продаж;
- В) стимулирование продаж, выставки, ярмарки, персональные продажи.

3. Система маркетинговых коммуникаций не включает в себя следующий элемент:

- А) рекламу;
- Б) паблик рилейшнз;
- В) учетную политику организации.

4. Продвижение товаров и услуг на рынке представляет собой:

- А) создание запасов изделий и продвижение их от места производства до места назначения;
- Б) средство, стимулирующее сбыт товаров в сфере торговли;
- В) любую форму сообщений, с помощью которых фирма информирует и убеждает людей, а также напоминает о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности или о влиянии на общество.

5. Реклама товара — это:

А) текст в газете о товаре;

Б) любая оплаченная форма продвижения людей, товаров и услуг определенным рекламодателем;

В) форма сбыта товара через объявление в средствах массовой информации.

6. Активная рекламная кампания, прежде всего, способствует:

А) росту оборота организации;

Б) изменению конъюнктуры рынка;

В) росту налоговых выплат организации.

7. Основным достоинством рекламы в газетах является:

А) оперативность размещения;

Б) многочисленная вторичная аудитория;

В) широкий выбор рекламных форм и средств.

8. К печатной рекламе относятся рекламные материалы, содержащиеся:

А) в газетах;

Б) в каталогах;

В) в журналах.

9. Швейное предприятие создало и освоило производство новой модели модного женского платья. Для его рекламы оно скорее всего выберет:

А) радио;

Б) телевидение;

В) журналы.

10. Целенаправленная коммуникация, распространяемая ясно названным источником в оплаченное время или на оплаченном месте называется:

- А) паблик рилейшнз;
- Б) директ-маркетингом;
- В) рекламой.

11. К наружной рекламе не относится:

- А) стационарная реклама, размещаемая на улицах и магистралях и улицах города;
- Б) реклама, размещаемая на транспортных средствах;
- В) телереклама.

12. Наиболее удачными аргументами, используемыми в рекламе кофе, являются:

- А) незаменимый напиток в кафе и ресторанах;
- Б) вкусный, ароматный, бодрящий напиток;
- В) незаменимый напиток для семейных застолий.

13. Процесс коммуникаций включает несколько элементов. Что из перечисленного ниже не является элементом процесса коммуникаций?

- А) предложение;
- Б) канал (средство);
- В) обратная связь.

14. Участником рекламного процесса не является:

- А) рекламодаделец;
- Б) потребитель рекламы;
- В) рекламное обращение.

15. При решении рекламой задачи информирования:

А) формируется осведомленность и знания о новом товаре, конкретном событии, о фирме;

Б) постепенно, последовательно формируется предпочтение, соответствующее восприятию потребителем образа фирмы и ее товаров; убеждение покупателя совершить покупку; поощрение факта покупки;

В) поддерживается осведомленность, удерживается в памяти потребителей информация о товаре в промежутках между покупками; напоминает, где можно купить данный товар.

16. При решении рекламой задачи увещевания:

А) формируется осведомленность и знания о новом товаре, конкретном событии, о фирме;

Б) постепенно, последовательно формируется предпочтение, соответствующее восприятию потребителем образа фирмы и ее товаров; убеждение покупателя совершить покупку; поощрение факта покупки;

В) поддерживается осведомленность, удерживается в памяти потребителей информация о товаре в промежутках между покупками; напоминает, где можно купить данный товар.

17. При решении рекламой задачи напоминания:

А) формируется осведомленность и знания о новом товаре, конкретном событии, о фирме;

Б) постепенно, последовательно формируется предпочтение, соответствующее восприятию потребителем образа фирмы и ее товаров; убеждение покупателя совершить покупку; поощрение факта покупки;

В) поддерживается осведомленность, удерживается в памяти потребителей информация о товаре в промежутках между покупками; напоминает, где можно купить данный товар.

18. Какую задачу ставит напоминание в рекламной кампании?

А) формирование избирательного спроса;

Б) заставить потребителя вспомнить о товаре;

В) утверждение преимуществ одной марки за счет конкретного сравнения ее с одной или несколькими марками в рамках данного товарного класса.

19. Какую задачу ставит увещевание в рекламной кампании?

А) формирование избирательного спроса;

Б) формирование убеждения покупателя совершить покупку; поощрение факта покупки;

В) утверждение преимуществ одной марки за счет конкретного сравнения ее с одной или несколькими марками в рамках данного товарного класса.

20. По типу спонсора реклама делится на:

А) рекламу, ориентированную на сферу бизнеса и на индивидуального потребителя;

Б) рекламу производителей, рекламу торговых посредников, рекламу частных лиц, рекламу правительства и других общественных институтов;

В) локальную рекламу, региональную рекламу, общенациональную рекламу, международную рекламу.

21. В зависимости от типа целевой аудитории выделяют:

А) рекламу, ориентированную на сферу бизнеса и на индивидуального потребителя;

Б) рекламу производителей, рекламу торговых посредников, рекламу частных лиц, рекламу правительства и других общественных институтов;

В) селективную и массовую рекламу.

22. Критерий сконцентрированности на определенном сегменте аудитории позволяет различать:

А) товарную рекламу, престижную рекламу, рекламу идей;

Б) рекламу производителей, рекламу торговых посредников, рекламу частных лиц, рекламу правительства и других общественных институтов;

В) селективную и массовую рекламу.

23. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории выделяют:

А) локальную рекламу, региональную рекламу, общенациональную рекламу, международную рекламу;

Б) товарную рекламу, престижную рекламу, рекламу идей;

В) рекламу, ориентированную на сферу бизнеса и на индивидуального потребителя.

24. По способу воздействия различают:

А) товарную рекламу, престижную рекламу, рекламу идей;

Б) рекламу, ориентированную на сферу бизнеса и на индивидуального потребителя;

В) зрительную, слуховую, зрительно-обонятельную, зрительно-слуховую рекламу.

25. С учетом стадий продвижения товаров на рынок выделяют:

А) информативную, убеждающую, напоминающую рекламу;

Б) товарную и престижную рекламу;

В) жесткую и мягкую рекламу.

26. По характеру воздействия на аудиторию:

А) непосредственную и косвенную рекламу;

Б) товарную и престижную рекламу;

В) жесткую и мягкую рекламу.

27. Реклама является элементом:

А) политики ценообразования;

Б) политики продвижения;

В) ассортиментной политики.

28. Среди средств распространения рекламы с учетом степени их значимости для практического использования предпочтение отдается:

- А) газетам;
- Б) радио;
- В) буклетам.

29. Основными характеристиками рекламы являются:

А) личный характер, точность определения эффекта рекламного воздействия, односторонняя направленность рекламного обращения от продавца к покупателю, общественный характер, реклама не претендует на беспристрастность;

Б) неличный характер, неопределенность с точки зрения определения эффекта рекламы, односторонняя направленность рекламного обращения от продавца к покупателю, общественный характер, реклама не претендует на беспристрастность;

В) в рекламе четко не определен спонсор, неброскость и неспособность к увещеванию.

30. К рекламе в прессе относят следующие рекламные материалы:

- А) рекламные объявления и публикации обзорно-рекламного характера;
- Б) рекламно-каталожные издания;
- В) календари, блокноты, записные книжки, фирменные почтовые конверты.

31. Средствами печатной рекламы являются:

А) рекламные объявления, статьи и другие публикации обзорно-рекламного характера;

Б) каталоги, буклеты, проспекты, брошюры, информационные листы;

В) газеты, журналы, справочники.

32. Пресс-релиз – это:

А) материал, предназначенный для раздачи представителям прессы на выставках, презентациях, благотворительных акциях, содержащий краткие сведения об организации

и ее успехах, наиболее известных видах продукции, перспективах развития организации, благотворительной деятельности;

Б) сброшюрованное или переплетенное печатное издание (форма книжки), содержащее систематизированный перечень всех товаров и услуг, предлагаемых данной организацией; составленное в определенном порядке; иллюстрированное фотографиями;

В) письмо, выполненное на фирменном бланке и адресованное конкретному должностному лицу (или частному лицу), кратко информирующее об организации, направлениях деятельности.

33. Каталог – это:

А) материал, предназначенный для раздачи представителям прессы на выставках, презентациях, благотворительных акциях, содержащий краткие сведения об организации и ее успехах, наиболее известных видах продукции, перспективах развития организации, благотворительной деятельности;

Б) сброшюрованное или переплетенное печатное издание (форма книжки), содержащее систематизированный перечень всех товаров и услуг, предлагаемых данной организацией; составленное в определенном порядке; иллюстрированное фотографиями;

В) письмо, выполненное на фирменном бланке и адресованное конкретному должностному лицу (или частному лицу), кратко информирующее об организации, направлениях деятельности.

34. Информационное (рекламное) письмо – это:

А) материал, предназначенный для раздачи представителям прессы на выставках, презентациях, благотворительных акциях, содержащий краткие сведения об организации и ее успехах, наиболее известных видах продукции, перспективах развития организации, благотворительной деятельности;

Б) сброшюрованное или переплетенное печатное издание (форма книжки), содержащее систематизированный перечень всех товаров и услуг, предлагаемых данной организацией; составленное в определенном порядке; иллюстрированное фотографиями;

В) письмо, выполненное на фирменном бланке и адресованное конкретному должностному лицу (или частному лицу), кратко информирующее об организации, направлениях деятельности.

35. Плакат – это:

А) крупноформатное (формат А3 и более), несфальцованное издание, в основном с односторонней печатью, включающее крупный рисунок или фото, сопровождаемые рекламным заголовком;

Б) малоформатное (200...300 мм), несфальцованное или одногибное издание, содержащее текст и одну или две иллюстрации рекламируемых товаров с подробным техническим описанием и характеристиками, размещенными на одном листе;

В) полноцветная листовка для рассылки или раздачи в рекламных целях.

36. Рекламный листок (листовка) – это:

А) крупноформатное (формат А3 и более), несфальцованное издание, в основном с односторонней печатью, включающее крупный рисунок или фото, сопровождаемые рекламным заголовком;

Б) малоформатное (200...300 мм), несфальцованное или одногибное издание, содержащее текст и одну или две иллюстрации рекламируемых товаров с подробным техническим описанием и характеристиками, размещенными на одном листе;

В) письмо, выполненное на фирменном бланке и адресованное конкретному должностному лицу (или частному лицу), кратко информирующее об организации, направлениях деятельности.

37. Радиообъявление - это

А) игровой сюжет, воспроизводящий какую-либо сценку, чаще с использованием диалога актеров;

Б) рекламная информация, передаваемая с мест каких-либо событий (из магазина, с ярмарки, улицы и т.д.);

В) объявление, которое передается в эфире голосом диктора или актера, может содержать музыкальное сопровождение, звуковые лозунги, спецэффекты.

38. Радиоролик – это:

А) игровой сюжет, воспроизводящий какую-либо сценку, чаще с использованием диалога актеров;

Б) рекламная информация, передаваемая с мест каких-либо событий (из магазина, с ярмарки, улицы и т.д.);

В) объявление, которое передается в эфире голосом диктора или актера, может содержать музыкальное сопровождение, звуковые лозунги, спецэффекты.

39. Радиорепортаж – это:

А) игровой сюжет, воспроизводящий какую-либо сценку, чаще с использованием диалога актеров;

Б) рекламная информация, передаваемая с мест каких-либо событий (из магазина, с ярмарки, улицы и т.д.);

В) объявление, которое передается в эфире голосом диктора или актера, может содержать музыкальное сопровождение, звуковые лозунги, спецэффекты.

40. Рекламное телеобъявление – это:

А) объявление, которое может воспроизводиться диктором или другим специально подобранным лицом, осуществляться в виде бегущей строки или неподвижного текста на экране;

Б) мини-фильм, игровой сюжет, своего рода произведение режиссерского и операторского искусства с привлечением актеров, использованием музыкального сопровождения, спецэффектов;

В) рекламная информация, передаваемая с мест каких-то событий (выставок, презентаций, показов моделей одежды, из магазина и т.д.), как правило, сопровождающаяся не только показом предмета рекламы, но и высказыванием мнений репортера, посетителей, потребителей, продавцов и т.п.

41. Телеролик – это:

А) объявление, которое может воспроизводиться диктором или другим специально подобранным лицом, осуществляться в виде бегущей строки или неподвижного текста на экране;

Б) мини-фильм, игровой сюжет, своего рода произведение режиссерского и операторского искусства с привлечением актеров, использованием музыкального сопровождения, спецэффектов;

В) рекламная информация, передаваемая с мест каких-то событий (выставок, презентаций, показов моделей одежды, из магазина и т.д.), как правило, сопровождающаяся не только показом предмета рекламы, но и высказыванием мнений репортера, посетителей, потребителей, продавцов и т.п.

42. Телерепортаж – это:

А) объявление, которое может воспроизводиться диктором или другим специально подобранным лицом, осуществляться в виде бегущей строки или неподвижного текста на экране;

Б) мини-фильм, игровой сюжет, своего рода произведение режиссерского и операторского искусства с привлечением актеров, использованием музыкального сопровождения, спецэффектов;

В) рекламная информация, передаваемая с мест каких-то событий (выставок, презентаций, показов моделей одежды, из магазина и т.д.), как правило, сопровождающаяся не только показом предмета рекламы, но и высказыванием мнений репортера, посетителей, потребителей, продавцов и т.п.

43. Рекламное объявление в прессе – это:

А) платные, размещенные в периодической печати рекламные обращения;

Б) редакционный материал, написанный в форме обзора о деятельности предприятия или в форме интервью;

В) письмо, выполненное на фирменном бланке и адресованное конкретному должностному лицу (или частному лицу), кратко информирующее об организации, направлениях деятельности.

44. Текстовая конструкция «парцелляция» в рекламе – это:

А) членение предложения, при котором содержание высказывания реализуется не в одной, а в двух или нескольких интонационно-смысловых речевых единицах, следующих одна за другой после разделительной паузы. Сложноподчиненное предложение делится на более короткие;

Б) части высказывания, которые размещают в начале текста или предложения, выраженные именительным падежом существительного;

В) предложения, которые используют для подчеркивания уникальности и качества рекламируемого товара.

45. В основном тексте рекламы выделяют поэтическую часть, которая:

А) прямо указывает объект рекламы, дает характеристику;

Б) побуждает к покупке, для чего применяют такие глаголы, как обратись, запомни, попытайся, спроси;

В) подготавливает человека к восприятию, включая два-три описательных предложения.

46. Определите средство распространения рекламы, достоинства которого заключаются в следующем: гибкость, своевременность, большой охват рынка, широкое признание и принятие, оперативность, возможность повторения:

- А) газеты;
- Б) журналы;
- В) каталог.

47. Определите средство распространения рекламы, недостатки которого заключаются в следующем: кратковременность существования, низкое качество воспроизведения, незначительная аудитория «вторичных» читателей, высокая конкуренция среди объявлений:

- А) газеты;
- Б) журналы;
- В) каталог.

48. Определите средство распространения рекламы, достоинства которого заключаются в следующем: высокая географическая и демографическая избирательность, достоверность, престижность, высокое качество воспроизведения, длительность существования, значительное число «вторичных» читателей:

- А) газеты;
- Б) журналы;
- В) листовки.

49. Определите средство распространения рекламы, недостатки которого заключаются в следующем: длительный временной разрыв между покупкой места и появлением рекламы, наличие бесполезного тиража, цены велики, нельзя оперативно вносить изменения:

- А) газеты;
- Б) журналы;
- В) листовки.

50. Для выбора периодического издания с целью размещения рекламы используют такой параметр, как рейтинг. Рейтинг – это:

А) количество читателей одного и более номеров периодического издания из числа потенциальной аудитории;

Б) отношение численности аудитории конкретного издания к численности населения региона;

В) сравнение процента аудитории целевого рынка, приходящегося на долю носителя рекламы, с процентом населения, составляющего этот рынок.

51. Для выбора периодического издания с целью размещения рекламы используют такой параметр, как охват. Охват – это:

А) количество читателей одного и более номеров периодического издания из числа потенциальной аудитории;

Б) отношение численности аудитории конкретного издания к численности населения региона;

В) сравнение процента аудитории целевого рынка, приходящегося на долю носителя рекламы, с процентом населения, составляющего этот рынок.

52. Информационный лист – это информационно-рекламный материал:

А) который носит более долговременный характер, рассчитан не на конкретного адресата, а на категорию посетителей вашей организации, выставки, фирменные бланки для его подготовки обычно не используются, формат может быть различным, в оформлении используется фирменный знак или фирменные цвета;

Б) который имеет вид письма, выполненного на фирменном бланке и адресованного конкретному должностному лицу (или частному лицу), кратко информирующий его о вашей организации, направлениях деятельности;

В) который отличается более броским оформлением, более «рекламным» текстом, с рисунками, иногда забавного характера, с рекламными слоганами.

53. Буклеты – это:

А) рекламный материал, выполненный на качественной бумаге, с рисунками или фотографиями, небольшой по объему, содержащий рекламное описание организации

или конкретного вида продукции, услуги, при изготовлении которого используют формат А4, с последующей фальцовкой, получается рекламный материал на шесть полос;

Б) рекламный материал, который чаще всего выпускают на новый вид престижного товара или к юбилейным датам, с использованием большого формата, с показом моделей предшественников, которые даются на фотографиях меньшего размера, и с неоднократным повторением товара-новинки в разных ракурсах, в разной цветовой гамме или различных условиях эксплуатации;

В) небольшая книжка, содержащая перечень всех товаров и услуг, предлагаемых данной организацией (или товаров одного направления).

54. Флайер – это:

А) прикрепленный к дереву, пластмассовой трубочке или другому держателю лист бумаги формата до А4 с нанесенными на него эмблемой, гербом, фирменным знаком и другой рекламной информацией;

Б) полноцветная листовка для рассылки или раздачи в рекламных целях, часто используемая как приглашение;

В) это небольшая книжка, содержащая перечень всех товаров и услуг, предлагаемых данной организацией (или товаров одного направления).

55. Флажок – это:

А) прикрепленный к дереву, пластмассовой трубочке или другому держателю лист бумаги формата до А4 с нанесенными на него эмблемой, гербом, фирменным знаком и другой рекламной информацией;

Б) полноцветная листовка для рассылки или раздачи в рекламных целях, часто используемая как приглашение;

В) это небольшая книжка, содержащая перечень всех товаров и услуг, предлагаемых данной организацией (или товаров одного направления).

56. К какому виду рекламы относится пресс-релиз?

А) наружная реклама;

Б) печатная реклама;

В) реклама средствами вещания.

57. Предприятия, изготавливающие потребительские товары, больше всего средств, выделяемых на коммуникационную политику, используют на:

- А) рекламу;
- Б) паблик рилейшнз;
- В) персональные продажи.

58. Предприятия, изготавливающие продукцию производственно-технического назначения, больше всего средств, выделяемых на коммуникационную политику, используют на:

- А) рекламу;
- Б) персональные продажи;
- В) связи с общественностью.

59. Функцией рекламного агентства не являются:

- А) разработка нового товара;
- Б) выявление всех имеющихся средств распространения рекламы, которые экономически выгодно использовать для донесения рекламы до потребителя;
- В) разработка рекламного обращения.

60. Наиболее эффективным вариантом взаимодействия рекламодателей и рекламных агентств является следующий:

- А) рекламодатель диктует агентству, что, как и когда надо сделать;
- Б) рекламодатель совершенно не вникает в то, что и как делает рекламное агентство по его поручению;
- В) рекламодатель проводит с агентством совместную работу, находя общие решения.

61. Условия сотрудничества рекламного агентства и рекламодателя определены в:

- А) спецификации;

- Б) договоре;
- В) устном соглашении.

62. Участниками рекламного процесса являются:

- А) рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, потребители рекламы;
- Б) рекламодатели и рекламораспространители;
- В) рекламодатели и рекламопроизводители.

63. Критериями выбора рекламного агентства являются следующие:

- А) новизна рекламируемого товара, состояние материально-технической базы заказчика, товарный портфель предприятия-производителя, опыт работы агентства на целевом рынке, образцы продукции рекламного агентства;
- Б) товарный портфель предприятия и специфика формирования его производственной программы;
- В) дата основания агентства, уровень подготовки специалистов агентства, количество сотрудников агентства и их прямые обязанности, наличие опыта работы агентства на целевом рынке, образцы продукции рекламного агентства.

64. По признаку специализации рекламные агентства делят на:

- А) агентства с полным циклом услуг; агентства, предлагающие специализированные услуги;
- Б) агентства с полным циклом услуг; творческие художественные мастерские;
- В) агентства по приобретению рекламного времени; творческие мастерские.

65. Функциями рекламного агентства являются:

- А) выявление эффективных средств распространения рекламы для целевой аудитории, составление плана рекламы, разработка рекламного обращения, производство рекламных средств, разработка ассортиментной и ценовой политик предприятия, контроль правильности исчисления налогов;

Б) исследование состояния рынка, выявление эффективных средств распространения рекламы для целевой аудитории, составление плана рекламы, разработка рекламного обращения, производство рекламных средств;

В) выявление эффективных средств распространения рекламы для целевой аудитории, составление плана рекламы, разработка рекламного обращения, производство рекламных средств, ведение учетной политики предприятия.

66. В штат сотрудников рекламного агентства могут входить:

А) арт-директор, текстовик, художник, специалист-график, продавец недвижимости;

Б) копирайтер, арт-директор, текстовик, художник, специалист-график, художественный редактор, экономист;

В) копирайтер, арт-директор, текстовик, художник, банковский работник.

67. Исследовательский отдел рекламного агентства занимается:

А) разработкой рекламных текстов, оформлением их и продюсированием;

Б) разработкой планов использования носителей рекламы и закупки места и времени;

В) исследованием состояния рынка, товарного класса, методов сбыта рекламируемых товаров, планированием рекламной кампании от постановки целей до определения ее эффективности.

68. Копирайтер рекламного агентства занимается:

А) разработкой рекламных текстов, слоганов и их оформлением;

Б) разработкой планов использования носителей рекламы и закупки места и времени;

В) планированием рекламной кампании от постановки целей до определения ее эффективности.

69. Ассоциация рекламных организаций в Беларуси – это:

А) государственная организация в сфере рекламного бизнеса, в функции которой входит координация всей работы;

Б) некоммерческая организация, объединяющая субъекты хозяйствования всех форм собственности, осуществляющих свою деятельность в области рекламы;

В) коммерческий субъект хозяйствования.

70. Постоянная оплата услуг осуществляется, когда агентство:

А) предъявляет счет на полную стоимость рекламного времени (площади), купленного для клиента, агентство подсчитывает, сколько часов ушло на обработку вашей рекламы, и определяет плату за эти часы, затем отнимает от этой суммы все комиссионные, полученные при покупке времени (площади) для Вашей рекламы, и на остаток выставляет счет фирме;

Б) предъявляет счет на полную стоимость рекламного времени (площади), купленного для клиента, а, кроме того, берет с него плату согласно своей почасовой ставке за всю выполненную для вас работу;

В) выполняет работу за заранее оговоренную конкретную сумму, т.е. агентства устанавливают конкретные расценки за конкретные услуги.

71. Рекламное агентство оказывает услуги организации и для этих целей купило в газете рекламную площадь за 500 долл. США. Организация заплатит агентству 500 долл. США. Однако агентство переведет газете только 425 долл. США, так как газета платит всем зарегистрированным и заключившим договор с газетой агентам 15% комиссионных. Укажите, какой способ оплаты услуг агентством используется:

А) комиссионные;

Б) почасовая ставка;

В) постоянная оплата.

72. Для организации работы по созданию и размещению рекламы с рекламным агентством необходимо заключить договор, который не должен включать следующий раздел:

А) содержание работ, порядок и сроки их выполнения;

Б) условия имущественной ответственности, платежные и почтовые реквизиты участников договора;

В) условия поставки произведенного товара.

73. Закон Республики Беларусь «О рекламе» не распространяется на:

- А) потребительскую рекламу;
- Б) социальную рекламу;
- В) политическую рекламу.

74. Не допускается реклама:

- А) продукции производственно-технического назначения;
- Б) товаров, запрещенных к производству и реализации в соответствии с законодательством, или деятельности, осуществление которой запрещено законодательством;
- В) пива.

75. Не допускается реклама:

- А) продукции производственно-технического назначения;
- Б) товаров, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь, но не имеющих документа об оценке соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации;
- В) пива.

76. Не допускается реклама:

- А) продукции производственно-технического назначения;
- Б) наркотических средств, психотропных веществ, их прекурсоров в целях незаконного их использования;
- В) пива.

77. Запрещена реклама:

- А) продукции производственно-технического назначения;
- Б) табачных изделий;
- В) пива.

78. Допускается реклама лекарственных средств:

А) отпускаемых без рецепта врача;

Б) при наличии разрешения Министерства торговли Республики Беларусь;

В) при наличии у рекламодателя согласования Министерства здравоохранения Республики Беларусь.

79. При использовании рекламы в виде «бегущей строки» ее размер не должен превышать:

А) 10% площади кадра;

Б) 7% площади кадра;

В) 2% площади кадра.

80. Реклама в виде наложений, в том числе способом «бегущей строки», не должна превышать ... площади кадра:

А) 5%;

Б) 15%;

В) 7%.

81. Ненадлежащая реклама – это:

А) недобросовестная, недостоверная, незетичная, скрытая и иная реклама, при производстве и размещении которой допущены нарушения законодательства;

Б) реклама, размещаемая на внешних сторонах зданий или вне их с использованием технических средств, специально предназначенных и используемых для размещения рекламы, за исключением транспортных средств;

В) информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, сохранения природы, сбережения энергосырьевых ресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не носит коммерческого характера и рекламодателями которой являются государственные органы.

82. Наружная реклама – это:

А) недобросовестная, недостоверная, незитичная, скрытая и иная реклама, при производстве и размещении которой допущены нарушения законодательства;

Б) реклама, размещаемая на внешних сторонах зданий или вне их с использованием технических средств, специально предназначенных и используемых для размещения рекламы, за исключением транспортных средств;

В) информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, сохранения природы, сбережения энергосырьевых ресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не носит коммерческого характера и рекламоделателями которой являются государственные органы.

83. Социальная реклама – это:

А) недобросовестная, недостоверная, незитичная, скрытая и иная реклама, при производстве и размещении которой допущены нарушения законодательства;

Б) реклама, размещаемая на внешних сторонах зданий или вне их с использованием технических средств, специально предназначенных и используемых для размещения рекламы, за исключением транспортных средств;

В) информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, сохранения природы, сбережения энергосырьевых ресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не носит коммерческого характера и рекламоделателями которой являются государственные органы.

84. Контрреклама – это:

А) недобросовестная, недостоверная, незитичная, скрытая и иная реклама, при производстве и размещении которой допущены нарушения законодательства;

Б) информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, сохранения природы, сбережения энергосырьевых ресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не носит коммерческого характера и рекламоделателями которой являются государственные органы;

В) информация о ненадлежащей рекламе, размещаемая рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем, допустившими нарушение законодательства о рекламе, на основании решения государственного органа.

85. Рекламодатель – это:

А) организация или гражданин, деятельность или товары которых рекламируются, либо которые определили объект рекламирования и содержание рекламы;

Б) организация или гражданин, осуществляющие производство рекламы путем полного или частичного доведения ее до готовой для размещения формы;

В) организация или гражданин, осуществляющие размещение рекламы путем предоставления и использования необходимого имущества, а также различных каналов связи, эфирного времени и иными способами.

86. Рекламопроизводитель – это:

А) организация или гражданин, деятельность или товары которых рекламируются, либо которые определили объект рекламирования и содержание рекламы;

Б) организация или гражданин, осуществляющие производство рекламы путем полного или частичного доведения ее до готовой для размещения формы;

В) организация или гражданин, осуществляющие размещение рекламы путем предоставления и использования необходимого имущества, а также различных каналов связи, эфирного времени и иными способами.

87. Рекламораспространитель – это:

А) организация или гражданин, деятельность или товары которых рекламируются, либо которые определили объект рекламирования и содержание рекламы;

Б) организация или гражданин, осуществляющие производство рекламы путем полного или частичного доведения ее до готовой для размещения формы;

В) организация или гражданин, осуществляющие размещение рекламы путем предоставления и использования необходимого имущества, а также различных каналов связи, эфирного времени и иными способами.

88. В номерах государственных периодических печатных изданий, не зарегистрированных в качестве специализированных для размещения рекламы, реклама не должна превышать ... объема одного номера:

А) 25%;

Б) 30%;

В) 10%.

89. В радио- и телепрограммах не допускается прерывание рекламой:

А) выступлений Президента Республики Беларусь; религиозных передач; детских передач, за исключением детских художественных фильмов; передач продолжительностью менее 15 минут; передач, в том числе радиопостановок и художественных фильмов, без согласия правообладателей;

Б) образовательных передач и детских художественных фильмов;

В) трансляций спортивных соревнований.

90. На размещение наружной рекламы необходимо получить разрешение:

А) коммерческого банка, с которым сотрудничает рекламодаделец;

Б) местного исполнительного и распорядительного органа и согласовать с областным исполнительным комитетом;

В) местного исполнительного органа и Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел Республики Беларусь.

91. На размещение рекламы на транспортном средстве необходимо получить разрешение:

А) Государственной автомобильной инспекцией Министерства внутренних дел Республики Беларусь;

Б) местного исполнительного и распорядительного органа и согласовать с областным исполнительным комитетом и Государственной автомобильной инспекцией Министерства внутренних дел Республики Беларусь;

В) местного исполнительного и распорядительного органа.

92. Реклама ветеринарных услуг не допускается без наличия согласования:

А) Министерства торговли Республики Беларусь;

Б) Министерства здравоохранения Республики Беларусь;

В) Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

93. Потребитель рекламы – это:

А) граждане, до сведения которых реклама доводится;

Б) организации, до сведения которых реклама доводится;

В) организация или гражданин, до сведения которых реклама доводится.

94. Контроль за рекламой при организации и проведении рекламных игр возложен на:

А) Министерство культуры и Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел

Республики Беларусь;

Б) Министерство внутренних дел Республики Беларусь;

В) Комитет государственного контроля и Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь.

95. В чем заключается суть такой нормы Международного кодекса рекламной практики как «отождествление рекламного послания»?

А) рекламное послание должно быть подано так, чтобы было понятно, что это - реклама;

Б) реклама несет ответственность перед потребителем и обществом;

В) реклама должна соответствовать общественному доверию.

96. Какая реклама в соответствии с Законом «О рекламе» Республики Беларусь относится к ненадлежащей?

А) недостоверная, неэтичная, недобросовестная, скрытая и реклама, при производстве и размещении которой допущены нарушения законодательства;

Б) некорректная и контрреклама;

В) неполная.

97. Допускается ли реклама, содержащая сравнение рекламируемого товара с товаром другой организации или другого гражданина?

- А) допускается сравнение рекламируемого товара с товаром другой организации;
- Б) допускается сравнение рекламируемого товара с товаром другого гражданина;
- В) не допускается.

98. Какие органы осуществляют государственное регулирование в области рекламы путем выдачи разрешений на размещение средств наружной рекламы и размещение рекламы на автомобильных транспортных средствах, трамваях, троллейбусах?

- А) Министерство торговли Республики Беларусь;
- Б) Национальное собрание Республики Беларусь;
- В) местные исполнительные и распорядительные органы.

99. Отметьте правильное утверждение:

А) реклама слабоалкогольных напитков и пива на радио и телевидении запрещается;

Б) решения местных исполнительных и распорядительных органов о признании рекламы недобросовестной являются обязательными для организаций и граждан на территории соответствующих административно-территориальных единиц;

В) рекламодатель и рекламораспространитель обязаны хранить материалы или их копии, содержащие рекламу, включая вносимые в них последующие изменения, в течение шести месяцев со дня последнего размещения (распространения) ее рекламораспространителем, а рекламопроизводитель – со дня исполнения им договора о выполнении работы по производству рекламы.

100. Отметьте правильное утверждение:

А) реклама слабоалкогольных напитков и пива на радио и телевидении запрещается;

Б) решения местных исполнительных и распорядительных органов о признании рекламы недобросовестной являются обязательными для организаций и граждан на территории соответствующих административно-территориальных единиц;

В) решения Министерства торговли Республики Беларусь о признании рекламы ненадлежащей являются обязательными для всех организаций и граждан.

101. Распространение юридическими лицами рекламы алкогольных напитков в местах, где оно запрещено, а также нарушение предусмотренных требований к содержанию рекламы этих напитков влечет наложение штрафа в размере от ... базовых величин:

- А) от 30 до 50;
- Б) от 50 до 100;
- В) от 250 до 300.

102. Допускается ли бесплатное распространение табачных изделий в маркетинговых целях?

- А) допускается;
- Б) не допускается;
- В) допускается в количестве не более 200 штук.

103. Транснациональная корпорация Филипп Моррис в соответствии со своим годовым планом продвижения на рынок сигарет «L&M», «Camel» и «Marlboro» должна выступить спонсором спортивных мероприятий. Использование какого из разработанных вариантов информационного сообщения, предназначенного для озвучивания во время проведения мероприятия, не противоречит законодательству Республики Беларусь?

- А) «Производитель сигарет «L&M», «Camel» и «Marlboro» - генеральный спонсор трансляции!»;
- Б) «Компания Филипп Моррис – генеральный спонсор трансляции!»;
- В) «Сигареты «Marlboro» для сильных духом людей – генеральный спонсор трансляции!»

104. Используя какой вариант, рекламодатель может разместить рекламу сигарет?

- А) на радио во временном промежутке от 21.00 до 21.10;
- Б) на телевидении во временном промежутке от 22.00 до 22.10;

В) возможные варианты отсутствуют.

105. Используя какой вариант, рекламодатель может разместить рекламу пива?

А) на радио во временном промежутке от 18.00 до 19.00;

Б) на телевидении во временном промежутке от 22.00 до 23.00;

В) возможные варианты отсутствуют.

106. Какие слова запрещается использовать при организации и проведении общественных мероприятий спонсору, который является производителем алкогольной продукции?

А) ликероводочный завод;

Б) «Климовичская»;

В) все слова можно использовать.

107. При планировании рекламной деятельности этап «Оценка эффективности рекламной деятельности» следует после этапа:

А) Постановка целей и задач рекламной деятельности;

Б) Разработка рекламного обращения;

В) Проведение рекламной кампании.

108. Для определения расходов на рекламу организация ставит цели; выявляет задачи, которые необходимо решить для поставленных целей; оценивает затраты на выполнение этих задач. Укажите, какой метод определения рекламного бюджета используется:

А) метод конкурентного паритета;

Б) метод соответствия целям и задачам фирмы;

В) метод фиксированного процента.

109. При проведении рекламной кампании организация устанавливает ассигнования на рекламу на уровне рекламного бюджета конкурентов. Она исходит из того, что объем

ассигнований определяет позиции фирмы на рынке. Укажите, какой метод определения рекламного бюджета используется:

- А) метод конкурентного паритета;
- Б) метод соответствия целям и задачам фирмы;
- В) метод фиксированного процента.

110. При проведении рекламной кампании организация устанавливает ассигнования на рекламу как определенный процент от прошлогодней или ожидаемой суммы продаж. Укажите, какой метод определения рекламного бюджета используется:

- А) метод конкурентного паритета;
- Б) метод соответствия целям и задачам фирмы;
- В) метод фиксированного процента.

111. При проведении рекламной кампании рекламодатель устанавливает ассигнования на рекламу, исходя из имеющихся у него в наличии средств. Укажите, какой метод определения рекламного бюджета используется:

- А) метод конкурентного паритета;
- Б) метод исчисления с учетом наличия средств;
- В) метод фиксированного процента.

112. Какой из методов формирования рекламного бюджета чаще всего является наиболее обоснованным и эффективным?

- А) метод конкурентного паритета;
- Б) метод соответствия целям и задачам;
- В) метод фиксированного процента.

113. Какой из методов формирования рекламного бюджета чаще всего является наиболее обоснованным и эффективным?

- А) метод конкурентного паритета;
- Б) метод исчисления с учетом наличия средств;

В) метод фиксированного процента.

114. Метод ранжирования для коммуникативной оценки рекламных объявлений предполагает:

А) выбор оптимальной рекламы из альтернативных рекламных вариантов, которые потребитель оценивает по шкале «запоминается», «не запоминается»;

Б) оценку рекламы несколькими потребителями и экспертами, присваивающими соответствующее место (ранг) каждому из предлагаемых рекламных вариантов;

В) наиболее приближенное к реальной ситуации исследование реакции потребителя на рекламу.

115. Можно ли точно определить период, в течение которого реклама побуждает потребителя действовать?

А) да;

Б) нет;

В) точно может определить только рекламное агентство.

116. Различают следующие виды эффективности рекламной кампании:

А) производственная;

Б) коммерческая;

В) коммуникационная.

117. Различают следующие виды эффективности рекламной кампании:

А) производственная;

Б) потребительская;

В) коммуникационная.

118. Различают следующие виды эффективности рекламной кампании:

А) коммерческая;

- Б) потребительская;
- В) коммуникационная.

119. Различают следующие виды эффективности рекламной кампании:

- А) производственная;
- Б) коммерческая;
- В) экономическая.

120. Различают следующие виды эффективности рекламной кампании:

- А) производственная;
- Б) потребительская;
- В) экономическая.

121. Различают следующие виды эффективности рекламной кампании:

- А) коммерческая;
- Б) потребительская;
- В) экономическая.

122. Модель простой (межличностной) коммуникации характерна для осуществления:

- А) рекламной деятельности;
- Б) персональных продаж и связей с общественностью;
- В) рекламы и стимулирования сбыта.

123. Модель массовой коммуникации характерна для осуществления:

- А) рекламы и персональных продаж;

Б) персональных продаж и связей с общественностью;

В) рекламы и стимулирования сбыта.

124. Модель массовой коммуникации отличается от модели простой (межличностной) коммуникации:

А) наличием канала сообщения, разделением в пространстве коммуникатора и реципиента, разделением во времени передачи и записи сообщения;

Б) наличием сообщения для конкретной целевой аудитории;

В) наличием сообщений для различных целевых аудиторий.

125. Элементами простой (межличностной) коммуникации являются:

А) коммуникатор, сообщение, канал, реципиент;

Б) коммуникатор, канал, реципиент;

В) коммуникатор, сообщение, реципиент.

126. Рациональные мотивы:

А) поддерживаются аргументированными доводами, которые потребители считают разумными для людей своего круга;

Б) определяются чувствами, которые могут возникнуть у человека, не способного тщательно обдумать и оценить последствия совершаемых поступков и решений;

В) определяются всезнающими покупателями.

127. Эмоциональные мотивы:

А) поддерживаются аргументированными доводами, которые потребители считают разумными для людей своего круга;

Б) определяются чувствами, которые могут возникнуть у человека, не способного тщательно обдумать и оценить последствия совершаемых поступков и решений;

В) определяются всезнающими покупателями.

128. Управление продвижением – это:

А) осуществление коммуникационной деятельности;

Б) информирование перспективных потребителей о своем продукте, услугах, условиях продаж и умение заставить покупателя действовать, т.е. купить то, что рынок предлагает в данный момент;

В) координирование разнообразных элементов комплекса продвижения, определение целей, которые должны быть достигнуты путем применения этих элементов, составление смет затрат, достаточных для реализации этих целей, разработка специальных программ (например, рекламных кампаний), оценка работы и принятие корректирующих мер в случае, если результаты не согласуются с целями.

129. К личным коммуникациям относят:

А) персональные продажи и связи с общественностью;

Б) рекламу и стимулирование сбыта;

В) рекламу и персональные продажи.

130. К неличным коммуникациям относят:

А) персональные продажи и связи с общественностью;

Б) рекламу и стимулирование сбыта;

В) рекламу и персональные продажи.

131. Мотив – это:

А) внутреннее побуждение к действию с целью снятия напряжения, удовлетворения потребности или желания, решения проблемы или восстановления чувства душевного равновесия;

Б) сложившееся убеждение (как благоприятное, так и неблагоприятное) относительно идеи, человека, вещи или ситуации;

В) стремление к удовлетворению первоочередных потребностей покупателя.

132. Отношение – это:

А) внутреннее побуждение к действию с целью снятия напряжения, удовлетворения потребности или желания, решения проблемы или восстановления чувства душевного равновесия;

Б) сложившееся убеждение (как благоприятное, так и неблагоприятное) относительно идеи, человека, вещи или ситуации;

В) стремление к удовлетворению первоочередных потребностей покупателя.

133. Маркетинговая коммуникация организации представляет собой:

А) двусторонний процесс: с одной стороны, предполагающий воздействие на целевые и иные аудитории, а с другой, получение встречной информации о реакции этих аудиторий на осуществляемое организацией воздействие;

Б) односторонний процесс, предполагающий воздействие на целевые аудитории;

В) односторонний процесс, предполагающий получение информации о реакции целевых аудиторий на осуществляемое организацией воздействие.

134. Наиболее простым и часто используемым методом установления затрат на рекламу является метод:

А) фиксированного процента;

Б) конкурентного паритета;

В) максимального дохода.

135. Заключительным этапом планирования рекламной кампании является:

А) постановка целей и задач рекламной кампании;

Б) определение расходов на рекламу;

В) оценка эффективности рекламной кампании.

136. Процесс планирования рекламной деятельности фирмы не включает этап:

А) постановка задач рекламной деятельности;

Б) выбор средств и установление времени рекламного обращения;

В) разработка рекламируемого товара.

137. Этапом разработки рекламного обращения не является:

А) создание банка возможных рекламных обращений;

Б) выбор наилучшего рекламного обращения;

В) оказание позитивного воздействия марки товара на потребителя.

138. Фирма устанавливает ассигнования на рекламу на уровне рекламного бюджета конкурентов, используя метод:

- А) максимального дохода;
- Б) конкурентного паритета;
- В) фиксированного процента.

139. Охват рекламой – это:

- А) количество людей, ознакомленных с рекламным обращением за определенный период времени;
- Б) среднее число фактов воздействия какого-либо рекламного обращения на отдельных лиц или сегменты за определенный промежуток времени;
- В) эффект, который реклама производит на среднего представителя целевой аудитории.

140. Сила воздействия рекламного объявления – это:

- А) количество людей, ознакомленных с рекламным обращением за определенный период времени;
- Б) среднее число фактов воздействия какого-либо рекламного обращения на отдельных лиц или сегменты за определенный промежуток времени;
- В) эффект, который реклама производит на среднего представителя целевой аудитории.

141. Способность рекламы броско, эффективно представить фирму и ее товар — это:

- А) способность к убеждению;
- Б) экспрессивность;
- В) обезличенность.

142. При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу?

- А) при снижающемся спросе;
- Б) при негативном спросе;
- В) при чрезмерном спросе.

143. Бюджет на продвижение методом «исходя из целей и задач» формируется исходя из:

- А) объема текущих продаж;
- Б) затрат конкурентов;
- В) задач, которые предстоит решить для достижения сформулированных целей.

144. Опросы потребителей используются при оценке:

- А) коммуникативной (психологической) эффективности рекламы;
- Б) экономической эффективности рекламы;
- В) коммерческой и экономической эффективности рекламы.

145. Тесты на узнавание и запоминание рекламы используются при оценке:

- А) коммуникативной (психологической) эффективности рекламы;
- Б) экономической эффективности рекламы;
- В) коммерческой и экономической эффективности рекламы.

146. Тесты на словесные ассоциации используются при оценке:

- А) коммуникативной (психологической) эффективности рекламы;
- Б) экономической эффективности рекламы;
- В) коммерческой и экономической эффективности рекламы.

147. Анкетные опросы потребителей о качестве рекламного мероприятия используются при оценке:

- А) коммуникативной (психологической) эффективности рекламы;
- Б) экономической эффективности рекламы;
- В) коммерческой и экономической эффективности рекламы.

148. Замеры и сопоставление результатов торговой работы используются при оценке:

- А) коммуникативной (психологической) эффективности рекламы;
- Б) экономической эффективности рекламы;
- В) потребительской эффективности рекламы.

149. Основными задачами рекламной деятельности могут быть:

- А) организация сбыта товара через сеть посредников;
- Б) обеспечение осведомленности о товаре, информирование потребителей о свойствах товара и основных его преимуществах, создание имиджа товара, оказание позитивного воздействия марки товара на потребителя;
- В) разработка предприятием качественного товара, его реализация на рынке, оказание позитивного воздействия марки товара на потребителя.

150. Организация устанавливает ассигнования на рекламу в виде определенного процента от прошлогодней или ожидаемой суммы продаж, используя метод:

- А) максимального дохода;
- Б) конкурентного паритета;
- В) фиксированного процента.

151. К рекламе в прессе относятся:

- А) рекламные материалы, публикуемые в периодической печати;
- Б) рекламные материалы в каталогах и брошюрах;
- В) рекламные материалы, представленные на календарях, записных книжках, блокнотах.

152. К печатной рекламе относятся:

- А) рекламные материалы, содержащиеся в рекламно-каталожных и рекламно-подарочных изданиях;
- Б) рекламные материалы, публикуемые в периодической печати (газетах, журналах);

В) реклама на транспортных средствах.

153. Прямая почтовая реклама (direct mail) – это:

А) рассылка рекламных обращений на адреса постоянных или потенциальных клиентов;

Б) рекламные материалы, публикуемые в периодической печати;

В) реклама в отделениях связи.

154. Промомобили являются разновидностью рекламы:

А) наружной;

Б) на транспорте;

В) в местах продажи.

155. Какие функциональные стили не выделяют в рекламе?

А) официально-деловой;

Б) фамильярно-разговорный;

В) местно-диалектный.

156. Какие функциональные стили не выделяют в рекламе?

А) публицистический;

Б) литературно-разговорный;

В) местно-диалектный.

157. При подготовке рекламного обращения необходимо придерживаться следующих правил:

А) высказывайтесь, используя только научную терминологию;

Б) высказывайтесь интересно, просто, будьте кратки, правдивы и благородны;

В) не избегайте прямых сравнений с конкурентами.

158. Частота рекламных объявлений – это:

- А) количество людей, ознакомленных с рекламным обращением за определенный период времени;
- Б) среднее число фактов воздействия какого-либо рекламного обращения на отдельных лиц или сегменты за определенный промежуток времени;
- В) эффект, который реклама производит на целевую аудиторию.

159. Текст рекламного обращения по структуре состоит из следующих частей:

- А) основной текст и справочные данные;
- Б) заголовок и основной текст;
- В) заголовок, основной текст, справочные данные.

160. Построение рекламной службы целесообразно по товарному признаку, если организация:

- А) специализируется на выпуске широкого ассортимента товаров;
- Б) имеет обширные территории сбыта, продажа на которых имеет индивидуальные особенности;
- В) проводит стратегию дифференцированного маркетинга, выделяя на рынке множество сегментов.

161. Коммуникация, проводимая главным образом в целях создания престижа и обеспечения благожелательного отношения со стороны общественности к компании, называется:

- А) реклама;
- Б) паблик рилейшнз;
- В) стимулирование сбыта.

162. Фирма желает обеспечить себе благожелательную известность. Для этого ей необходимо использовать:

- А) рекламу;
- Б) персональные продажи;
- В) публичных релейшнз.

163. Основной функцией специалиста по связям с общественностью в фирме является:

- А) проведение работы с различными контактными аудиториями;
- Б) содействие решению задач товарного маркетинга;
- В) привлечение к работе торговых агентов.

164. Целью публичных релейшнз не является:

- А) создание успеха фирмы в обществе;
- Б) позиционирование объекта публичных релейшнз;
- В) реклама товара.

165. Деятельность, связанная с распространением разнообразной информации о компании или ее продукции в средствах массовой информации, не оплачиваемая спонсором является:

- А) рекламой;
- Б) пропагандой;
- В) стимулированием сбыта.

166. Спонсорство – это:

А) деятельность по предоставлению фирмой финансовых средств отдельным лицам или организациям, занятым в сфере спорта, культуры, здравоохранения, образования;

Б) сотрудничество с представителями законодательной и исполнительной власти для влияния на процессы принятия законов и претворения их в жизнь;

В) деятельность, связанная с распространением разнообразной информации о компании или ее продукции в средствах массовой информации, не оплачиваемая спонсором.

167. Лоббирование – это:

А) деятельность по предоставлению фирмой финансовых средств отдельным лицам или организациям, занятым в сфере спорта, культуры, здравоохранения, образования;

Б) сотрудничество с представителями законодательной и исполнительной власти для влияния на процессы принятия законов и претворения их в жизнь;

В) деятельность, связанная с распространением разнообразной информации о компании или ее продукции в средствах массовой информации, не оплачиваемая спонсором.

168. Мероприятием в сфере публичных релейшнз не является:

А) проведение пресс-конференции;

Б) организация интервью руководителя предприятия;

В) стимулирование посредников.

169. Пресс-конференции – это:

А) специально организуемые рекламодателем мероприятия рекламно-информационного характера, на которые заблаговременно, путем рассылки пригласительных билетов, приглашают традиционных, новых и потенциальных деловых партнеров, а также представителей средств массовой информации;

Б) публичная пропаганда отношения рекламодателя к общегосударственным и общемировым проблемам;

В) распространение разнообразной информации о компании или ее продукции в средствах массовой информации.

170. Что входит в комплекс инструментов публичных релейшнз?

А) антимонопольная деятельность;

Б) благотворительная деятельность;

В) занятие ниши на рынке.

171. Какие действия осуществляются при формировании общественного мнения?

- А) установление рациональных коммерческих связей;
- Б) продажа товаров в кредит;
- В) спонсорство.

172. В газете была помещена статья, в которой читательница благодарит врача за то, что он избавил ее мужа от желания чрезмерно употреблять алкоголь. В данном случае инструментом коммуникационной политики является:

- А) реклама;
- Б) пропаганда;
- В) персональные продажи.

173. К внутренним PR-документам относятся:

- А) совокупность материалов, определяющих организационную основу стратегической и оперативной PR-деятельности (PR-концепции, PR-предложения, бюджеты);
- Б) документы, выступающие в качестве продукта PR-деятельности (пресс-релизы, пресс-киты, годовые отчеты, брошюры);
- В) оперативная отчетность организации.

174. К внешним PR-документам относятся:

- А) совокупность материалов, определяющих организационную основу стратегической и оперативной PR-деятельности (PR-концепции, PR-предложения, бюджеты);
- Б) документы, выступающие в качестве продукта PR-деятельности (пресс-релизы, пресс-киты, годовые отчеты, брошюры);
- В) оперативная отчетность организации.

175. К корпоративным PR-документам организации относятся:

- А) корпоративное издание, корпоративная газета и журнал;

Б) брошюра, годовой отчет;

В) обзорная статья, интервью, пресс-релиз, информационное письмо, фактическая справка, биография, заявления для прессы, занимательная статья, случай из жизни, авторская статья, пресс-кит.

176. К PR-документам организации, составляемым при общении с партнерами и клиентами относят:

А) корпоративное издание, корпоративную газету и журналы;

Б) брошюры, годовые отчеты;

В) обзорные статьи, интервью, пресс-релизы, информационное письмо, фактическую справку, биографию, заявление для прессы, занимательную статью, случай из жизни, авторскую статью, пресс-кит.

177. К PR-документам организации, используемым в отношениях со средствами массовой информации относят:

А) корпоративные издания, корпоративные газеты и журналы;

Б) брошюры, годовые отчеты;

В) обзорную статью, интервью, пресс-релиз, информационное письмо, фактическую справку, биографию, заявление для прессы, занимательную статью, случай из жизни, авторскую статью, пресс-кит.

178. Занимательная статья в PR-деятельности – это:

А) материал развлекательного плана, связанный с деятельностью организации, который готовится с целью его возможной публикации в СМИ и служит для информирования целевой аудитории в увлекательной форме;

Б) материал, который позволяет ее автору официально заявить о своей позиции по актуальному вопросу и о понимании существующих в обществе проблем;

В) материал, который содержит рассказ о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги организации или о разрешении проблемной ситуации.

179. Авторская статья в PR-деятельности – это:

А) материал развлекательного плана, связанный с деятельностью организации, который готовится с целью его возможной публикации в СМИ и служит для информирования целевой аудитории в увлекательной форме;

Б) материал, который позволяет ее автору официально заявить о своей позиции по актуальному вопросу и о понимании существующих в обществе проблем;

В) материал, который содержит рассказ о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги организации или о разрешении проблемной ситуации.

180. Фактическая справка как документ PR-деятельности – это:

А) материал развлекательного плана, связанный с деятельностью организации, который готовится с целью его возможной публикации в СМИ и служит для информирования целевой аудитории в увлекательной форме;

Б) материал, который содержит справочные данные об организации, ее товарах и услугах;

В) материал, который содержит рассказ о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги организации или о разрешении проблемной ситуации.

181. Информационное письмо как документ PR-деятельности – это:

А) информационный материал, представляющий необходимую информацию о профиле работы организации, ее продуктах и услугах, истории создания и развития;

Б) документ, представляющий основные данные о деятельности организации за прошедший год;

В) обзоры различных сфер политической и экономической жизни общества, регулярно печатаемые многими изданиями.

182. Годовой отчет как документ PR-деятельности – это:

А) информационный материал, представляющий необходимую информацию о профиле работы организации, ее продуктах и услугах, истории создания и развития;

Б) документ, представляющий основные данные о деятельности организации за прошедший год;

В) обзоры различных сфер политической и экономической жизни общества, регулярно печатаемые многими изданиями.

183. Пресс-кит – это:

А) PR-материал во взаимодействии организации со СМИ путем его рассылки по заранее подготовленным спискам;

Б) PR-документ, аккумулирующий в себе несколько видов PR-материалов и широко используется во время пресс-конференций, презентаций, выставок, годовых собраний акционеров, специальных мероприятий;

В) информационный материал, представляющий необходимую информацию о профиле работы организации, ее продуктах и услугах, истории создания и развития.

184. Аналитико-прогностическая функция паблик рилейшнз подразумевает:

А) выработку информационной политики, ее стратегии и тактики;

Б) меры и действия по проведению и организации активных действий PR-кампаний, деловых встреч, конференций, презентаций с использованием СМИ;

В) подготовку и распространение информации при выполнении разъяснительной и пропагандистско-рекламной работы.

185. Организационно-технологическая функция паблик рилейшнз подразумевает:

А) выработку информационной политики, ее стратегии и тактики;

Б) меры и действия по проведению и организации активных действий PR-кампаний, деловых встреч, конференций, презентаций с использованием СМИ;

В) подготовку и распространение информации при выполнении разъяснительной и пропагандистско-рекламной работы.

186. Информационно-коммуникативная функция паблик рилейшнз подразумевает:

А) выработку информационной политики, ее стратегии и тактики;

Б) меры и действия по проведению и организации активных действий PR-кампаний, деловых встреч, конференций, презентаций с использованием СМИ;

В) подготовку и распространение информации при выполнении разъяснительной и пропагандистско-рекламной работы.

187. Консультативно-методическая функция паблик рилейшнз предполагает:

А) выработку информационной политики, ее стратегии и тактики;

Б) консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, различных программ, PR-кампаний;

В) меры и действия по проведению и организации активных действий PR-кампаний, деловых встреч, конференций, презентаций с использованием СМИ.

188. При разработке комплекса продвижения компании не должны учитывать:

А) метод ценообразования для продвигаемого товара;

Б) этап жизненного цикла товара;

В) тип товара и рынка.

189. Стимулирование сбыта лучше всего определить как:

А) вид деятельности, направленный на формирование у посредников, продавцов и покупателей стимулов к приобретению товара;

Б) организацию личных продаж;

В) рекламную кампанию.

190. Стимулирование покупателей универмага скорее будет обеспечено благодаря:

А) организации конференций;

Б) организации лотерей;

В) установлению скидок с цены.

191. Конкурсы и лотереи относятся к методам:

А) рекламы;

Б) стимулирования сбыта;

В) личной продажи.

192. К способам стимулирования сбыта относится:

А) продажа через посредника;

- Б) продажа товаров по льготной цене;
- В) продажа методом самообслуживания.

193. Рассылка купонов по почте относится к методам:

- А) рекламы;
- Б) стимулирования сбыта;
- В) товародвижения.

194. Предоставление бесплатных образцов относится к методам:

- А) рекламы;
- Б) товародвижения;
- В) стимулирования сбыта.

195. Какой из перечисленных ниже инструментов является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?

- А) специальные купоны на упаковке;
- Б) демонстрация товаров;
- В) бесплатные образцы.

196. Развлекательный комплекс выдает посетителям специальные дисконтные карты. Владелец карты при каждом пятом посещении имеет право на 25% скидку с цены входного билета. Какова цель такого нововведения?

- А) повысить степень узнаваемости марки;
- Б) увеличить среднюю продолжительность визита;
- В) увеличить число посещений.

197. Целью стимулирования покупателей не является:

- А) увеличить число покупателей;

Б) увеличить количество товаров, купленных одним и тем же покупателем;

В) придать товару определенный имидж, чтобы сделать его легко узнаваемым.

198. Цель стимулирования продавца сводится к следующему:

А) увеличить число покупателей;

Б) превратить инертного и безразличного к товару продавца в высоко мотивированного сотрудника;

В) увеличить количество товаров, купленных одним и тем же покупателем.

199. Предложение цены, как средство стимулирования сбыта, предусматривает:

А) продажу по сниженным ценам, льготные купоны, талоны, дающие право на скидку;

Б) премии, образцы товара;

В) конкурсы покупателей, игры, лотереи.

200. Предложение в натуральной форме, как средство стимулирования сбыта, предусматривает:

А) продажу по сниженным ценам, льготные купоны, талоны, дающие право на скидку;

Б) премии, образцы товара;

В) конкурсы покупателей, игры, лотереи.

201. Активное предложение, как средство стимулирования сбыта, предусматривает:

А) продажу по сниженным ценам, льготные купоны, талоны, дающие право на скидку;

Б) премии, образцы товара;

В) конкурсы покупателей, игры, лотереи.

202. Продажа товара со скидкой относится к виду продвижения:

- А) реклама;
- Б) стимулирование сбыта;
- В) публичное признание.

203. Стимулирование сбыта не включает:

- А) проведение благотворительных мероприятий;
- Б) денежные вознаграждения, ценные подарки, развлекательные поездки за счет организации;
- В) скидки, предоставление бесплатного или на льготных условиях специального оборудования.

204. Торговое предприятие непрерывно использует скидки, купоны, распродажи своих товаров. Подобные действия могут привести к тому, что образ предприятия:

- А) улучшится;
- Б) ухудшится;
- В) не изменится.

205. Предприятие желает увеличить объем продаж своих товаров в магазине за счет стимулирования импульсивно принимаемых посетителями решений о покупке. Для этого необходимо:

- А) выдавать товар бесплатно каждому 1000-му покупателю;
- Б) разместить рекламу в прессе;
- В) создать привлекательную витрину магазина.*

206. Цель стимулирования посредников сводится к следующему:

- А) увеличить число покупателей;
- Б) увеличить количество товара, поступающего в торговую сеть; повысить заинтересованность посредника в активном сбыте той или иной марки товара;
- В) увеличить количество товаров, купленных одним и тем же покупателем.

207. Стратегическими целями стимулирования сбыта являются:

А) увеличение числа потребителей; увеличение количества товара, покупаемого каждым потребителем; оживление интереса к товару со стороны потребителей; выполнение показателей плана продаж;

Б) ускорение продажи наиболее выгодного товара; повышение оборачиваемости определенного товара;

В) оживление продажи товара, сбыт которого переживает застой.

208. Специфическими целями стимулирования сбыта являются:

А) увеличение числа потребителей; увеличение количества товара, покупаемого каждым потребителем; оживление интереса к товару со стороны потребителей;

Б) ускорение продажи наиболее выгодного товара; повышение оборачиваемости какого-либо товара; оживление продажи товара, сбыт которого переживает застой;

В) выполнение показателей плана продаж.

209. Разовыми целями стимулирования сбыта являются:

А) увеличение числа потребителей; увеличение количества товара, покупаемого каждым потребителем; оживление интереса к товару со стороны потребителей;

Б) ускорение продажи наиболее выгодного товара; повышение оборачиваемости какого-либо товара; оживление продажи товара, сбыт которого переживает застой;

В) извлечение выгоды из ежегодных событий; использование отдельной благоприятной возможности.

210. Объектами стимулирования сбыта не являются:

А) конкуренты организации;

Б) собственный торговый персонал организации и посредники;

В) потребители, продавцы, торговые посредники.

211. Основными видами ценового стимулирования являются:

А) прямое снижение цен; распространение купонов, дающих право на покупку товара со скидкой; снижение цен с отсрочкой получения скидки;

Б) премии и образцы;

В) конкурсы, лотереи и игры.

212. Основными видами стимулирования в натуральной форме являются:

А) прямое снижение цен; распространение купонов, дающих право на покупку товара со скидкой; снижение цен с отсрочкой получения скидки;

Б) премии и образцы;

В) конкурсы, лотереи и игры.

213. Основными видами активного предложения как средства стимулирования сбыта являются:

А) прямое снижение цен; распространение купонов, дающих право на покупку товара со скидкой; снижение цен с отсрочкой получения скидки;

Б) премии и образцы;

В) конкурсы, лотереи и игры.

214. Общее стимулирование на месте продажи предполагает:

А) проведение продаж по сниженным ценам, демонстрации товара, дегустации, игр, подготовку праздничных убранств, афиш, рекламных объявлений, проведение рекламной кампании в прессе;

Б) помещение товара вне мест общей выкладки на выгодной позиции; использование рекламных планшетов и указателей;

В) использование рекламных афиш и указателей, сигнализирующих о том, что в отношении определенного товара осуществляется стимулирование в виде снижения цен, конкурсов, премий.

215. Избирательное стимулирование предполагает:

А) проведение продаж по сниженным ценам, демонстрации товара, дегустации, игр, подготовку праздничных убранств, афиш, рекламных объявлений, проведение рекламной кампании в прессе;

Б) помещение товара вне мест общей выкладки на выгодной позиции; использование рекламных планшетов и указателей;

В) использование рекламных афиш и указателей, сигнализирующих о том, что в отношении определенного товара осуществляется стимулирование в виде снижения цен, конкурсов, премий.

216. Индивидуальное стимулирование предполагает:

А) проведение продаж по сниженным ценам, демонстрации товара, дегустации, игр, подготовку праздничных убранств, афиш, рекламных объявлений, проведение рекламной кампании в прессе;

Б) помещение товара вне мест общей выкладки на выгодной позиции; использование рекламных планшетов и указателей;

В) использование рекламных афиш и указателей, сигнализирующих о том, что в отношении определенного товара осуществляется стимулирование в виде снижения цен, конкурсов, премий.

217. Рассылка рекламных сообщений определенной категории покупателей или возможным деловым партнерам называется:

А) паблик рилейшнз;

Б) прямой почтовой рекламой;

В) лоббированием.

218. Основным недостатком личных продаж является:

А) персональные продажи не обеспечивают немедленную обратную связь;

Б) персональные продажи несовместимы с другими видами деятельности по продвижению товара на рынок;

В) персональные продажи — очень дорогое средство продвижения товара с точки зрения расходов на один контакт.

219. Телефонный маркетинг — это:

А) обработка клиентских заказов, принимаемых по телефону;

Б) использование высококвалифицированным персоналом телефона в качестве контролирующего инструмента маркетинга с целью ведения контролируемого диалога с клиентом по заранее разработанному сценарию;

В) использование персоналом телефона для обеспечения связи между подразделениями.

220. Прямая почтовая реклама не использует:

А) письма, открытки;

Б) рекламно-информационные материалы;

В) рекламные ТВ-ролики.

221. Средствами директ-маркетинга не являются:

А) фирменный магазин;

Б) прямая почтовая реклама;

В) Интернет.

222. Если организация производит продукцию, реализуемую по высоким ценам, а ее потребители проживают в одном районе, какой метод продвижения товара она будет в основном использовать:

А) рекламу;

Б) личные продажи;

В) публичное рилейшнз.

223. Предприятие реализует директ-маркетинг, если оно:

А) осуществляет маркетинговые исследования потребителей;

Б) изучает клиентов в компьютерных базах данных;

В) продает то, что производит фирма без учета потребностей.

224. Использование прямого маркетинга создает определенные преимущества и удобства в первую очередь для:

- А) посредников;
- Б) покупателей;
- В) конкурентов.

225. Прямая почтовая реклама представляет собой:

- А) рассылку рекламных сообщений (в том числе и персонализированных) в адреса определенной группы лиц-потребителей или возможных деловых партнеров;
- Б) непосредственный контакт представителя продавца и целевых аудиторий, призванный обеспечить формирование благоприятных представлений о товаре и побудить потенциальных покупателей к его приобретению;
- В) использование высококвалифицированным персоналом телефона в качестве контролирующего инструмента маркетинга с целью ведения контролируемого диалога с клиентом по заранее разработанному сценарию.

226. Личная продажа представляет собой:

- А) рассылку рекламных сообщений (в том числе и персонализированных) в адреса определенной группы лиц-потребителей или возможных деловых партнеров;
- Б) непосредственный контакт представителя продавца и целевых аудиторий, призванный обеспечить формирование благоприятных представлений о товаре и побудить потенциальных покупателей к его приобретению;
- В) использование высококвалифицированным персоналом телефона в качестве контролирующего инструмента маркетинга с целью ведения контролируемого диалога с клиентом по заранее разработанному сценарию.

227. Телефонный маркетинг представляет собой:

- А) рассылку рекламных сообщений (в том числе и персонализированных) в адреса определенной группы лиц-потребителей или возможных деловых партнеров;
- Б) непосредственный контакт представителя продавца и целевых аудиторий, призванный обеспечить формирование благоприятных представлений о товаре и побудить потенциальных покупателей к его приобретению;
- В) использование высококвалифицированным персоналом телефона в качестве контролирующего инструмента маркетинга с целью ведения контролируемого диалога с клиентом по заранее разработанному сценарию.

228. Пассивный телефонный маркетинг используется в ситуации:

- А) когда речь идет о проявлении первой активности и звонках не со стороны продавца, а клиента и заинтересованных лиц;

Б) когда речь идет о проявлении первой активности и звонках со стороны продавца;

В) когда организацию не интересует определенная целевая аудитория.

229. Активный телефонный маркетинг используется в ситуации:

А) когда речь идет о проявлении первой активности и звонках не со стороны продавца, а клиента и заинтересованных лиц;

Б) когда речь идет о проявлении первой активности и звонках со стороны продавца;

В) когда организацию интересует определенная целевая аудитория.

230. Процесс личной продажи включает следующие последовательные этапы ее осуществления:

А) представление товара, установление целевой аудитории, подготовка к контакту с целевой аудиторией, завоевание расположения целевой аудитории, завершение продажи, преодоление возможных сомнений и возражений, послепродажные контакты с покупателями;

Б) представление товара, установление целевой аудитории, подготовка к контакту с целевой аудиторией, завоевание расположения целевой аудитории, завершение продажи, послепродажные контакты с покупателями, преодоление возможных сомнений и возражений;

В) установление целевой аудитории, подготовка к контакту с целевой аудиторией, завоевание расположения целевой аудитории, представление товара, преодоление возможных сомнений и возражений, завершение продажи, послепродажные контакты с покупателями.

231. Прямая почтовая реклама предполагает:

А) рассылку специально подготовленных рекламно-информационных писем или целевую рассылку печатных материалов;

Б) использование телемаркетинга;

В) использование фирменной торговой сети.

232. Элементом фирменного стиля предприятия не является:

А) товарный знак;

Б) фирменный цвет;

В) визитка.

233. В течение какого срока действует регистрация товарного знака в Республике Беларусь:

А) 5 лет;

Б) 10 лет;

В) 15 лет.

234. Какой элемент в системе фирменного стиля является основным:

А) фирменный цвет;

Б) товарный знак;

В) фирменный комплект шрифтов.

235. Какое ведомство занимается регистрацией товарных знаков?

А) Министерство иностранных дел;

Б) Национальный статистический комитет;

В) Национальный центр интеллектуальной собственности.

236. Фирменный стиль – это:

А) совокупность приемов, которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным материалам, улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, клиентами не только товаров, но и всей деятельности, а также позволяют противопоставить свои товары товарам конкурентов и их деятельности на рынке;

Б) зарегистрированное в установленном порядке обозначение, служащее для отличия товаров одних предприятий от других; особое сочетание символов в виде цифр, букв, слов и изображений;

В) постоянно используемый фирменный оригинальный девиз.

237. Товарный знак – это:

А) совокупность приемов, которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным материалам, улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, клиентами не только товаров, но и всей деятельности, а также позволяют противопоставить свои товары товарам конкурентов и их деятельности на рынке;

Б) зарегистрированное в установленном порядке обозначение, служащее для отличия товаров одних предприятий от других; особое сочетание символов в виде цифр, букв, слов и изображений;

В) постоянно используемый фирменный оригинальный девиз.

238. Слоган — это:

А) совокупность приемов, которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным материалам, улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, клиентами не только товаров, но и всей деятельности, а также позволяют противопоставить свои товары товарам конкурентов и их деятельности на рынке;

Б) зарегистрированное в установленном порядке обозначение, служащее для отличия товаров одних предприятий от других; особое сочетание символов в виде цифр, букв, слов и изображений;

В) постоянно используемый фирменный оригинальный девиз.

239. Словесный товарный знак представлен в виде:

А) слов или сочетаний букв;

Б) композиций линий, пятен, фигур любых форм на плоскости;

В) фигур или их композиций, изображаемых в трехмерном пространстве.

240. Изобразительный товарный знак представлен в виде:

А) слов или сочетаний букв, имеющих словесный характер;

Б) композиций линий, пятен, фигур любых форм на плоскости;

В) фигур или их композиций, изображаемых в трехмерном пространстве.

241. Объемный товарный знак представлен в виде:

- А) слов или сочетаний букв;
- Б) композиций линий, пятен, фигур любых форм на плоскости;
- В) фигур или их композиций, изображаемых в трехмерном пространстве.

242. К товарному знаку не предъявляются следующее требование:

- А) привлекательность для потребителей;
- Б) узнаваемость;
- В) конфиденциальность.

243. Деятельность по созданию долгосрочного предпочтения товара, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных обращений, материалов и мероприятий «сейлз промоушн», а также других элементов рекламной деятельности, объединенных определенной идеей и характерным унифицированным оформлением, выделяющих товар среди конкурирующих товаров и создающих его образ называется:

- А) слоган;
- Б) сэмплинг;
- В) брендинг.

244. Основные требования, не предъявляемые к наименованию товарной марки:

- А) изменение позиционирования товара;
- Б) краткость и легкость запоминания;
- В) непохожесть на другие обозначения.

245. Компания, которая предлагает множество различных продуктов с разным уровнем качества на нескольких рынках, хочет обезопасить себя от такой ситуации, когда имя и репутация организации будут связываться с конкретными продуктами. Какую политику в отношении торговых марок следует проводить в таком случае?

- А) создавать индивидуальные марки;
- Б) создавать марки для групп товаров;

В) создавать единую марку.

246. Комбинированный товарный знак представлен в виде:

А) слов или сочетаний букв, имеющих словесный характер;

Б) фигур или их композиций, изображаемых в трехмерном пространстве;

В) комбинации элементов разного характера: изобразительных, словесных, объемных и др.

247. Логотип — это:

А) изобразительный товарный знак;

Б) оригинальное графическое начертание полного или сокращенного названия предприятия, товарной группы или одного конкретного товара;

В) постоянно используемый фирменный оригинальный девиз.

248. Элементом фирменного стиля предприятия не является:

А) логотип;

Б) слоган;

В) бейдж сотрудника.

249. Заявка на регистрацию товарного знака должна содержать:

А) заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака;

Б) заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака; указание наименования или имени заявителя, его адреса; указание имени и адреса патентного поверенного, если заявка подается через него; заявляемое обозначение, регистрация которого испрашивается в заявке, его описание; перечень товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

В) заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака; перечень товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация товарного знака.

250. Символ R определяет следующую степень защищенности товарного знака:

А) означает, что знак еще не зарегистрирован, а его полная охрана наступит после регистрации;

Б) подчеркивает, что права защищены;

В) означает, что знак не зарегистрирован.

251. Символ ТМ определяет следующую степень защищенности товарного знака:

А) означает, что знак еще не зарегистрирован, а его полная охрана наступит после регистрации;

Б) подчеркивает, что права защищены;

В) означает, что знак не зарегистрирован.

252. Фирменный блок – это:

А) объединенный в общую графическую композицию знак или логотип, которые могут быть дополнены разного рода поясняющими, расшифровывающими надписями, т.е. это традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;

Б) оригинальное графическое начертание полного или сокращенного названия предприятия или фирмы, товарной группы или одного конкретного товара;

В) зарегистрированное в установленном порядке обозначение, служащее для отличия товаров одних предприятий от других.

253. Наиболее часто проводятся выставки:

А) модной одежды;

Б) мебели;

В) медицинской техники.

254. В последние годы наиболее часто проводятся ярмарки и выставки:

А) универсальные;

Б) многоотраслевые;

В) специализированные.

255. В состоявшейся выставке модной одежды приняло участие 100 экспонентов, в том числе 10 зарубежных фирм. Данную выставку, скорее всего, следует рассматривать как:

- А) региональную;
- Б) международную;
- В) национальную.

256. В ежегодно проводимых выставках Республики Беларусь в России участвуют более 100 различных предприятий Беларуси. Данные выставки являются:

- А) региональными;
- Б) международными;
- В) национальными.

257. Одной из основных целей участия предприятия в ярмарках или выставках является:

- А) расширение ассортимента предлагаемых товаров;
- Б) создание высокого имиджа организации;
- В) обеспечение эффективной реализации комплекса маркетинга.

258. Наиболее престижным стендом является:

- А) стенд в ряду;
- Б) угловой стенд;
- В) блок-стенд.

259. Оформляя свой стенд, предприятие:

- А) изучает оформление конкурентов;
- Б) воспользуется фирменным стилем;
- В) использует стандартные решения.

260. Правильные выводы об эффективности участия предприятия в работе ярмарки или выставки можно сделать, если проанализировать:

А) заключенные сделки;

Б) посетителей в зависимости от их типа, географического региона и специальных интересов;

В) степень достижения целей в отношении различных элементов комплекса маркетинга.

261. Главным координатором выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь является:

А) Министерство финансов;

Б) Министерство торговли;

В) Министерство иностранных дел.

262. При участии в работе ярмарки или выставки потребности предприятия в информации, необходимой для решения маркетинговых проблем, могут быть обеспечены до:

А) 30%;

Б) 100%;

В) 70%.

263. В рекламе продовольственных товаров потребительское предпочтение в большей степени формируют за счет:

А) функционального назначения;

Б) эстетических свойств;

В) органолептических показателей.

264. Что не относится к характеристике рекламы потребительских товаров:

А) стимулом выступает удовлетворение личной потребности;

Б) в большей степени выдвигаются и подчеркиваются рациональные аргументы;

В) рекламу чаще всего размещают во время теле- и радиопрограмм, в журналах и газетах.

265. Какое из утверждений ошибочно:

А) люди склонны организовывать свое восприятие в «сложные» схемы, так как это делает жизнь интереснее и разнообразнее;

Б) организация восприятия идет по двум основным схемам: образ и фон;

В) реклама является инструментом манипуляции восприятием ситуации.

266. Точно определить эффективность отдельных средств рекламы и рекламной кампании:

А) возможно всегда;

Б) возможно, если увеличение сбыта товара происходит немедленно после воздействия рекламы;

Г) невозможно.

267. Психологическое воздействие рекламы:

А) влияет на экономическую эффективность рекламы;

Б) находится под влиянием экономической эффективности рекламы;

Г) и экономическая эффективность рекламы совершенно не связаны между собой.

268. Реклама — это:

А) неличная коммуникация;

Б) немассовая коммуникация;

В) двусторонняя коммуникация.

269. К каким средствам прибегают при формировании спроса?

А) презентация;

- Б) эксперимент;
- В) пресс-конференция.

270. Достоинством рекламы является:

- А) невысокая цена в расчете на одного потребителя;
- Б) диалог между коммуникатором и потребителем;
- В) предоставление потребителю возможности сэкономить.

271. Неэтичной является реклама, которая:

- А) рекламирует существующие преимущества товара;
- Б) дает понять индивиду, что он не относится к целевому сегменту данной компании;
- В) не содержит информацию о дополнительных условиях оплаты.

272. Реклама, применяемая для сообщения потребителям о новом товаре или о новой особенности товара и формирования первичного спроса, — это реклама:

- А) убеждающая;
- Б) информативная;
- В) напоминающая.

273. Реклама, прямо или косвенно сопоставляющая одну марку с другой или другими, — это реклама:

- А) сравнительная;
- Б) убеждающая;
- В) напоминающая.

274. Реклама, применяемая для того, чтобы не дать потребителям забыть о товаре, — это реклама:

- А) убеждающая;

Б) информативная;

В) напоминающая.

275. Что означает «директ-мейл»?

А) показ нового товара;

Б) предложение образца товара на пробу;

В) рассылка проспектов, товарных образцов.

276. Что входит в комплекс инструментов PR?

А) антимонопольная деятельность;

Б) благотворительная деятельность;

В) занятие ниши на рынке.

277. Какие действия осуществляются при формировании общественного мнения?

А) продажа товаров в кредит;

Б) благотворительная деятельность;

В) формирование приемлемого для покупателя товарного ассортимента.

278. Достоинством связей с общественностью как средства продвижения является:

А) предоставление потребителю возможности сэкономить;

Б) высокая степень правдоподобия сообщения;

В) немедленная реакция потребителя.

279. Основным средством организации связей с общественностью являются:

А) разработка имиджа компании;

Б) личные продажи;

В) стимулирование сбыта.

280. Отделы связей с общественностью не выполняют функцию:

- А) выявления потребительских предпочтений;
- Б) установления и поддержания связей с прессой;
- В) лоббизм.

281. Отделы связей с общественностью не выполняют функцию:

- А) выявления потребительских предпочтений;
- Б) лоббизм;
- В) «паблисити» товара.

282. Средством стимулирования потребителя не являются:

- А) рекламный сувенир, образцы;
- Б) встречная продажа;
- В) конкурсы, лотереи, игры.

283. Средством стимулирования потребителя не являются:

- А) рекламный сувенир, образцы;
- Б) встречная продажа;
- В) дополнительные товары в упаковке.

284. Стимулирование сбыта отличается от других инструментов коммуникационной политики тем, что:

- А) обеспечивает дополнительную мотивацию покупателей;
- Б) не содержит ярко выраженных побудительных стимулов к покупке товара;
- В) имеет массовый характер.

285. Что не является целью участия в выставке?

- А) возможность увидеть товар в натуре;
- Б) разработка маркетинговой стратегии предприятия;
- В) снижение затрат производства.

286. Основным преимуществом персональных продаж является:

- А) широкий охват потребителей;
- Б) низкие расходы в расчете на один контакт;
- В) наличие обратной связи с потребителем.

287. Зачем предприятию нужны маркетинговые коммуникации?

- А) для успешной продажи товарной продукции;
- Б) для снижения затрат производства;
- В) для защиты от недобросовестной конкуренции.

288. Экономическую эффективность рекламы определяют:

- А) яркость и красочность рекламы;
- Б) увеличение реализации продукции после проведения рекламной кампании;
- В) частота выхода рекламного обращения.

289. Товары, предлагаемые бесплатно или по очень низкой цене в качестве поощрения при покупке товара, — это:

- А) образцы;
- Б) лотереи;
- В) купоны.

290. Основным средством организации связей с общественностью являются:

- А) закрытое совещание директоров;

- Б) стимулирование сбыта;
- В) разработка имиджа компании;

291. Одним из недостатков персональной продажи является:

- А) требует расширения штата сотрудников по сбыту;
- Б) непонятен результат контакта с потребителем;
- В) невозможность получения дополнительной информации о клиенте.

292. Показателем медиапланирования рекламы не является:

- А) товарооборот;
- Б) рейтинг;
- В) охват аудитории.

293. Маркиза – это:

А) подвижный холщовый навес снаружи, над окнами, для защиты от солнца; может быть выполнен на основе цельносварного каркаса, облицованного жесткими материалами (пластик, сотовый поликарбонат, металл); иногда используется внутренняя подсветка люминесцентными лампами;

- Б) рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше автобуса;
- В) полоса материи с рекламой, закрепленная, например, на улице между зданиями.

293. Баннер – это:

А) подвижный холщовый навес снаружи, над окнами, для защиты от солнца; может быть выполнен на основе цельносварного каркаса, облицованного жесткими материалами (пластик, сотовый поликарбонат, металл); иногда используется внутренняя подсветка люминесцентными лампами;

- Б) рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше автобуса;
- В) полоса материи с рекламой, закрепленная, например, на улице между зданиями.

294. Пневмофигуры являются средствами:

- А) наружной рекламы;
- Б) рекламы в прессе;
- В) печатной рекламы.

295. Сэндвич-мэн – это:

- А) средство наружной рекламы, представляющее собой человека, который за определенную плату носит на спине и груди рекламные плакаты;
- Б) объемные надувные конструкции;
- В) стандартный уличный щит.

296. Специфическая маркетинговая технология, инструментами которой являются все элементы маркетинг-микс называется:

- А) бенчмаркетингом;
- Б) мерчандайзингом;
- В) рекламой.

297. Пневмофигура – это:

- А) средство наружной рекламы, представляющее собой человека, который за определенную плату носит на спине и груди рекламные плакаты;
- Б) средство наружной рекламы, представляющее собой объемную надувную конструкцию;
- В) средство наружной рекламы, представляющее собой стандартный уличный щит.

298. Биллборд – это:

- А) средство наружной рекламы, представляющее собой человека, который за определенную плату носит на спине и груди рекламные плакаты;
- Б) средство наружной рекламы, представляющее собой объемную надувную конструкцию;

В) средство наружной рекламы, представляющее собой стандартный уличный щит размером 3×6.

299. Басорама – это:

А) подвижный холщовый навес снаружи, над окнами, для защиты от солнца; может быть выполнен на основе цельносварного каркаса, облицованного жесткими материалами (пластик, сотовый поликарбонат, металл); иногда используется внутренняя подсветка люминесцентными лампами;

Б) рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше автобуса;

В) полоса материи с рекламой, закрепленная, например, на улице между зданиями.

300. Интегрированные маркетинговые коммуникации – это:

А) интеграция всех элементов маркетинговых коммуникаций, которые эффективно влияют на все транзакции между организацией и ее существующими реальными и потенциальными потребителями, заказчиками и клиентами;

Б) комплекс мероприятий по подготовке товаров к продаже;

В) формирование атмосферы розничного торгового предприятия и выкладка товара.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Организация и проведение рекламной и ПР-кампаний

1. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?

- А. Планирование PR кампании.
- Б. Анализ целевой аудитории
- В. Определение PR проблемы
- Г. Анализ эффективности результатов PR кампании

2. PR-кампания-это:

- А. компания PR специалистов
- Б. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
- В. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
- Г. заседание совета журналистов

3. При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:

- А. внешней целевой аудиторией
- Б. внутренней целевой аудиторией
- В. ключевой аудиторией
- Г. корпоративной аудиторией

4. Сформулируйте цели рекламных кампаний:

- А. по познавательной реакции потребителей;
- Б. по эмоциональной реакции потребителей;

В. по поведенческой реакции потребителей.

5. "План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:

А. анализа PR проблемы

Б. плана PR кампании

В. анализа целевых аудиторий

Г. определения рейтинга

6. Бюджет PR кампании - это:

А. сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности

Б. сумма, которую закладывает организация на покупку средств массовой информации

В. сумма, которую закладывает организация на административно-хозяйственные расходы

Г. сумма, которую закладывает организация на социальные нужды

7. "Политическая PR кампания является:

А. видом PR кампании

Б. средством PR кампании

В. целью PR кампании

Г. средством массовой информации

8. Укажите правильную последовательность этапов PR кампании:

А. планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании

Б. планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании

В. определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании

Г. анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании

9. Возможно ли возникновение у аудитории ощущение навязывания информации при проведении рекламной кампании:

А. всегда возникает

Б. нет, не должно возникать

В. иногда допустимо

10. Какую роль играет социальная реклама?

А. реклама помогает старикам и инвалидам обрести уверенность в будущем

Б. реклама информирует общественность о событиях в экономике и политике

В. реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях

Г. реклама направлена на благотворительные цели

11. Какую экономическую роль играет реклама?

А. реклама помогает сравнивать изделия

Б. реклама стимулирует покупателей покупать товары

В. реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях

Г. реклама вносит вклад в эстетические представления

12. Основная функция имиджевой рекламы:

А. напоминание о товаре или услуге

Б. создание благоприятного образа товара или услуги для потребителей

В. сообщение о положительных качествах товара

Г. информация о точках продажи товара

13. Важными элементами PR-деятельности организации являются работа с местным населением, инвесторами, организациями, работающими в той же сфере, внутренние коммуникации, ...:

- А. властью;
- Б. коммунальными службами;
- В. конкурентами.

14. Что не может регулироваться нормами права в PR -сфере:

- А. Субъекты информационного воздействия
- Б. Результаты PR акций
- В. Формы коммуникаций
- Г. Средства передачи информации

15. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции? Выбор единственно правильного ответа

- А. определение проблемы
- Б. планирование программы
- В. оценка программы
- Г. интерпретация общественного мнения
- Д. осуществление коммуникаций

16. Верно ли утверждение, что при всей общности подходов к рекламной деятельности существует специфика организации рекламных кампаний в разных сферах применения:

- А. совершенно верно
- Б. скорее верно
- В. скорее неверно
- Г. совершенно неверно

17. При организации рекламной кампании в любой сфере применения на каждом конкретном этапе может использоваться:

- А. только один девиз

Б.два-три девиза

В.четыре-пять девизов

Г. неограниченное число девизов

18. В рамках политической рекламной кампании необходимо использовать:

А. не более двух вариантов имени кандидата

Б. не более трех вариантов имени кандидата

В. неограниченное число вариантов имени кандидата

Г. только один вариант имени кандидата

19. В каком из вариантов задачи политической рекламной кампании выстроены в правильном порядке:

А. убеждение отдать свой голос за кандидата – атака на конкурентов – идентификация имени кандидата – формирование имиджа

Б. атака на конкурентов – защита от нападок конкурентов – убеждение отдать свой голос за кандидата

В. идентификация имени кандидата - убеждение отдать свой голос за кандидата - формирование имиджа

Г. идентификация имени кандидата – формирование имиджа – атака на конкурентов – защита от нападок конкурентов – убеждение отдать свой голос за кандидата

20. Информационной основой политической рекламной кампании выступает:

А.только реальные факты биографии кандидата

Б. сформированная на основе разработанного имиджа «предвыборная легенда»

В. реальные факты биографии конкурентов

Г. рекламные девизы

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине
Организация массовых мероприятий.

1. Понятие свободного времени включает в себя:

- а) часть внерабочего времени, которая освобождена от непреложных временных затрат
- б) совокупность занятий, выполняющих функцию восстановления физических и психических сил человека
- в) работу, необходимую человеку для поддержания своего существования

2. Что из предложенных вариантов не относится к типологии досуга, основанной на содержательном и мотивационном разнообразии досуговой деятельности?

- а) культурно-потребительский тип.
- б) рекреативный тип
- в) политический тип
- г) культурно-творческий тип.

3. Под регулярным мероприятием принято понимать:

- а) действие организаторов направленное на сплочение коллектива
- б) форма управленческой деятельности, содержанием которой является совместная работа регламентированного количества участников в заранее оговоренное время и в заранее известном месте по обсуждению и принятию решения по определенному повесткой дня вопросу.
- в) действия организаторов в определенной сфере в случае необходимости продвижения своих интересов

4. К нерегулярным типам мероприятий относятся:

- а) совещания
- б) приемы
- в) церемонии открытия/закрытия
- г) конференции

5. К массовым мероприятиям относятся:

- а) выставки, презентации
- б) юбилеи
- в) митинги

6. При анкетировании участников мероприятия, сколько вопросов считается наиболее уместным:

- а) от 3 до 5
- б) 8 — 10 вопросов
- в) более 15

7. На какой исторический период приходится расцвет ярмарочной деятельности?

- а) античность

- б) средние века
- в) новое время

8. Продолжительность краткосрочных выставок составляет:

- а) от 2 до 15 дней
- б) до полугода
- в) 1-2 месяца

9. Презентация относится к типу:

- а) рекламно-комерческих мероприятий
- б) культурно-спортивных мероприятий
- в) зрелищных мероприятий

10. Выберите верное значение понятия «локальный праздник»

- а) праздник, который складывается из ряда конкретных праздничных действий отдельных социальных групп
- б) праздник вызываемый событием, имеющим значение для определенной празднующей общности
- в) личностный праздник, имеющий отношение к определенному человеку

11. Чем отличаются положительные эмоции от отрицательных?

- а) положительными являются эмоции полезные для человека, а отрицательные те, что для него вредны
- б) положительные эмоции несут в себе положительную оценку определенного объекта и явления, а отрицательные – отрицательную
- в) положительные эмоции побуждают к сохранению существующего положения вещей, а отрицательные – к его изменению
- г) положительные – это высшие эмоции, а отрицательные – низшие

12. Верно ли утверждение, что при всей общности подходов к рекламной деятельности существует специфика организации рекламных кампаний в разных сферах применения:

- а) совершенно верно
- б) скорее верно
- в) скорее неверно
- г) совершенно неверно

13. В рамках организации политической рекламной кампании необходимо использовать:

- а) не более двух вариантов имени кандидата
- б) не более трех вариантов имени кандидата
- в) неограниченное число вариантов имени кандидата
- г) только один вариант имени кандидата

14. Какие значимые при организации рекламных мероприятий различия товаров (услуг) возможны:

- а) только осязаемые
- б) только воображаемые
- в) только неосязаемые
- г) осязаемые, неосязаемые и воображаемые

15. Пресс конференция – это:

- а) встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой достаточно продолжительно в форме ответов на интересующие журналистов вопросы излагается позиция по определенной теме
- б) встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой очень кратко излагается позиция по определенному вопросу
- в) периодический печатный бюллетень, используемый в ПР и рекламе
- г) книжная закладка, используемая как рекламный носитель

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине *Организация работы отделов рекламы и СО*

1. Какую задачу не призвана решать PR-деятельность?

- а) последовательное позиционирование товара или услуги;
- б) воздействие на характер спроса для получения оптимального режима производства, поставок, сбыта продукции;
- в) последовательное воздействие на целевые группы для создания благоприятного образа организации.

2. Рекламный процесс - это...

- а) обращение заинтересованного лица (фирмы) к своему сегменту потребителей через СМИ и другие каналы рекламного воздействия с целью привлечения внимания к предлагаемому товару или услуге
- б) производство рекламных продуктов
- в) деятельность специалистов по созданию рекламы
- г) восприятие рекламы потребителем

3. Какие из перечисленных ниже услуг предлагает своим клиентам рекламное агентство полного цикла?

- а) комплекс рекламных услуг от разработки основной идеи, производства рекламного продукта до размещения рекламы в СМИ и отслеживания ее эффективности
- б) размещение рекламы в СМИ
- в) разработку оригинал-макета
- г) подготовку сценариев для аудио- и видеорекламы

4. Основная функция имиджевой рекламы:

- а) напоминание о товаре или услуге
- б) создание благоприятного образа товара или услуги для потребителей
- в) сообщение о положительных качествах товара

г) информация о точках продажи товара

5. Важными элементами PR-деятельности организации являются работа с местным населением, инвесторами, организациями, работающими в той же сфере, внутренние коммуникации, ...:

- а) властью;
- б) коммунальными службами;
- в) конкурентами.

6. Ключевые параметры, которые определяют, что такое PR:

- а) один из видов рекламной деятельности;
- б) информирование СМИ о деятельности организации;
- в) создание и поддержание доброжелательного отношения к организации, объяснение ее целей и задач;
- г) способ создания бренда организации.

7. Фокус-группа - это

- а) сегмент потребителей, на который направлена реклама в СМИ
- б) групповое исследовательское интервью
- в) группа лидеров, которые быстрее, чем массовая аудитория воспринимают рекламные тексты
- г) группа потребителей, выделяемая для рассылки прямой почтовой рекламы

8. Если раньше речь шла о том, чтобы публиковать информацию о компании в наиболее широко распространяемых изданиях, то теперь важно распространять информацию для:

- а) конкретных целевых групп;
- б) широкой аудитории общественности;
- в) лидеров мнений.

9. Какой функции нет у PR:

- а) социально-аналитической,
- б) информационно-коммуникативной,
- в) аналитико-прогностической,
- г) консультативно-методической,
- д) организационно-технической,
- е) контрольно-ревизионной.

10. PR-служба компании должна иметь понятную структуру, кроме того необходимы четкие ...:

- а) должностные инструкции;
- б) указания руководства по ходу решаемых задач;
- в) указания линейных менеджеров по текущей работе.

11. В организационной структуре PR-служба является подразделением, работающим под контролем ... организации:

- а) руководителя;
- б) руководителя HR-службы;
- в) главного бухгалтера (финансового директора).

12. Как связаны понятия "связи с общественностью" и "прибыль организации"?

- а) обеспечение необходимого уровня финансовой открытости организации;
- б) реализация кризисной стратегии в отношениях с кредиторами;
- в) создание благоприятного инвестиционного климата, обеспечение позитивного коммуникационного фона в отношениях с инвесторами;
- г) предупреждение, преодоление и компенсация издержек, вызванных публичными обвинениями в финансовой нечистоплотности организации;
- д) формирование эффективной составляющей в финансовом плане организации

13. Основные составляющие стратегического PR (выберите 4 наиболее корректных, на ваш взгляд, ответа):

а) деятельность по формированию

общественного мнения, связанного со стратегическими планами фирмы;

б) создание публичных вариантов документов, для информирования общественности о стратегических целях и задачах организации;

в) участие в разработке и формировании стратегических задач и целей организации;

г) прогнозирование текущих PR-рисков и PR-возможностей реагирование на поступающие запросы из любых источников;

д) умение прогнозировать и решать «завтрашние» проблемы;

е) стремление доминировать на рынке;

ж) осуществление своевременных изменений в организации.

14. Что относится к основополагающим принципам работы PR-службы?

а) руководитель PR-службы имеет прямой выход на руководителя организации;

б) все сотрудники должны иметь соответствующую профессиональную подготовку;

в) у службы должна быть полная информация о деятельности организации;

г) служба принимает участие в планировании мероприятий с участием руководства организации.

15. Какова роль PR в отношениях с кадровой службой? (выберите 4 наиболее корректных, на ваш взгляд, варианта ответа)

а) разрешение производственных конфликтов и социальных проблем работников;

б) материальное стимулирование инициатив сотрудников;

в) формирование благоприятного психологического климата;

г) формирование и укрепление коллектива;

д) укрепление командного духа;

- е) оптимизация процессов кадровой службы;
- ж) управление мотивацией.

16. Какое влияние PR служба имеет на решения руководства?

- а) вырабатывает обязательные к использованию рекомендации для руководства организации;
- б) выполняет указания кадровой службы;
- в) вырабатывает необязательные к исполнению рекомендации для руководства организации;
- г) ограничивается решением поставленных руководством задач.

17. Каковы цели ФЗ-38 «О рекламе»?

- а) Создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы
- б) Защита потребителей от ненадлежащей рекламы
- в) Продвижение товаров отечественного производства
- г) Развитие рынков товаров, работ и услуг

18. Этапы планирования PR-деятельности:

- а) это творческий процесс, ничем не регламентированный;
- б) обязательными этапами планирования PR-деятельности являются оценка и анализ ситуации;
- в) планирование в работе PR-отдела не является обязательным.

19. Выберите формулировку цели PR-проекта, соответствующую к «целям поведения»:

- а) Увеличить знание об организации среди индивидуальных предпринимателей в 2 раза;
- б) Сформировать позитивный настрой к деятельности муниципального образования «Зелёная аптека» у 10 процентов жителей муниципального образования;
- в) Привлечь к участию в субботнике 25 процентов жителей Ленинского района.

20. Государственный контроль за соблюдением законодательства о рекламе осуществляет:

- а) Федеральная служба безопасности
- б) Федеральная антимонопольная служба
- в) Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
- г) Министерство внутренних дел

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Организация рекламной деятельности в СМИ

Темы Рекламный рынок России на современном этапе. Средства массовой информации.

Определение понятия «Рынок рекламы».

Условия функционирования рынка рекламы.

Основные функции рынка рекламы.

Экономические основы рынка рекламы.

Специфические виды рекламы: местная реклама, корпоративная реклама, некоммерческая реклама, международная реклама, социальная и политическая реклама.

Тема Рекламные агентства и рекламные отделы СМИ.

Рекламное агентство как субъект маркетинговой среды.

Понятия, виды и функции рекламного агентства.

Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.

Реклама в средствах массовой коммуникации: формы сосуществования.

Тема Внешние коммуникации отдела рекламы, работа с рекламными агентствами

Реклама.

Прямой маркетинг (в том числе персональные продажи).

Паблик Рилейшнз (в том числе паблисити).

Стимулирование сбыта (или сейлз промоушн).

Синтетическими средствами маркетинговых коммуникаций

Тема Реклама в системе массовых коммуникаций.

Реклама в средствах массовой коммуникации.

Классификация рекламы.

Функции рекламы.

Социальные функции рекламы.

Маркетинговая функция рекламы.

Виды рекламных обращений.

Формы рекламного обращения.

Факторы, учитываемые при выборе вида рекламного обращения.

Выбор средств рекламного обращения.

Тема Принципы организации рекламы

Принципы организации рекламы.
Рекламные мероприятия.
Витрины как средство рекламы.
Современные средства рекламы и эффективность их применения.
Краткая характеристика деятельности торгового предприятия.
Характеристика размещения и выкладки товаров на оборудовании в торговом зале магазина.
Размещение товаров в торговом зале магазина.
Анализ выкладки товаров на торговом оборудовании.
Состояние устной рекламы и меры по ее улучшению в магазине.
Реклама товаров с использованием рос-материалов и их эффективность.
Аудио-, теле-, и радиореклама в магазине и их эффективность.
Возможности использования зарубежного опыта по организации внутримагазинной рекламы.

Тема Общие показатели рекламного рынка. Прогнозы развития. Изменения на мировом рынке рекламы.

Реклама как инструмент маркетингового продвижения на предприятии
Рекламная деятельность оптовых предприятий
Рекламная деятельность производственных (промышленных) предприятий

Тема Методики покупки рекламных площадей в средствах массовой информации. Рекламный бюджет, пути его оптимизации

Теоретические аспекты формирования рекламного бюджета
Факторы, влияющие на размер рекламного бюджета
Методы исчисления величины рекламного бюджета
Разработка рекламного бюджета
Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.
Планирование рекламных кампаний.

Тема Процесс рекламной деятельности, основные его этапы.

Установление целевой аудитории.
Задачи рекламной деятельности.
Установление рекламного бюджета.
Решения о разработке рекламного обращения.
Характеристика средств массовой информации

Тема Агентства полного цикла. Основные отделы рекламных агентств.

Структура агентств полного цикла.
Исследования в рекламе.
Понятие рекламного агентства. Виды и функции рекламных агентств
Организационная структура рекламного агентства

Тест

1. Информационная функция рекламы:

- а) распространение в массовом масштабе информации о товаре или услуге, их характере, месте продажи и т.п.;
- б) стимулирование сбыта товаров и услуг, а также вложения инвестиций;
- в) формирование общественного сознания, усиление коммуникативных связей в обществе и улучшение условий жизни.

2. Протореклама - это:

- а) устная информация, содержащая элементы стимулирования, убеждения людей в целесообразности определённых действий;
- б) транспарант или планшет треугольной или прямоугольной формы, который вывешивали в местах продажи;
- в) широко используемая в рекламе художественная практика, применяющая линию и штрих, а также пятно, светотень, белый или чёрный цвет листа.

3. Инициатором рекламного процесса является:

- а) рекламодатель;
- б) рекламопроизводитель;
- в) потребитель;
- г) рекламоагент.

4. Адресатом рекламного воздействия является:

- а) рекламопроизводитель;
- б) рекламоагент;
- в) потребитель.

5. Рекламные агентства – это:

- а) профессиональные организации, специализирующиеся на проведении рекламных исследований, разработке планов рекламной деятельности и проведении отдельных кампаний, разработке и подготовке рекламных материалов и т.д.;
- б) союзы творческих деятелей, специализирующиеся на создании гениальной рекламной идеи;
- в) группа специалистов, занимающихся снабжением рекламного текста фотографиями, рисунками, символическими элементами; схемами, диаграммами и другими иллюстрациями.

6. К рекламным агентствам полного цикла услуг относятся:

- а) достаточно крупные фирмы, которые оказывают спектр рекламных услуг от разработки идеи до её воплощения и последующего размещения отдельных материалов в средствах массовой информации;
- б) агентства, которые закупают большие объёмы времени (телевизионного или радиоэфира) и площади (газет, журналов, щитов наружной рекламы) у распространителей рекламы со значительной скидкой;
- в) агентства, которые обычно входят в структуру средств распространения рекламы и занимаются продажей рекламного пространства.

7. Потребители рекламы - это:

- а) физические лица, получившие рекламную информацию;
- б) традиционно к ним относят телевидение, радио, прессу;
- в) физические или юридические лица, до сведения которых должна доводиться необходимая рекламная информация.

8. Одна из ключевых функций государства в рекламном процессе:

- а) запрещение распространения больших объёмов рекламы;
- б) разработка правил создания и производства рекламной продукции;
- в) разработка ключевых установок в рамках данного рынка.

9. Рубричная реклама – это:

- а) сообщения торгового или информационного характера, объединённые на страницах изданий по определённым признакам;
- б) группа рекламных модулей, размещённая на одной странице печатного издания;
- в) компактные рекламные объявления, на которые устанавливаются специальные тарифы.

10. Основная функция менеджера по рекламе:

- а) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- б) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы;
- в) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции.

11. Основная функция копирайтера:

- а) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- б) написание слоганов и рекламных текстов в рамках маркетинговой и рекламной концепции;
- в) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.

12. Основная обязанность эккаунт-менеджера:

- а) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции;
- б) контроль за всем процессом реализации рекламных проектов;
- в) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.

13. Самое известное и значимое мероприятие в мировой рекламной жизни:

- а) фестиваль социальной рекламы;
- б) фестиваль «Идея»;
- в) фестиваль «Канские львы».

14. Медиабайер – это:

- а) менеджер по размещению рекламных сообщений в средствах массовой информации;

- б) агент по приобретению рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы;
- в) специалист по планированию графика размещения рекламных сообщений в средствах массовой информации.

15. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:

- а) Правительство РФ;
- б) федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;
- в) органы внутренних дел.

16. Рекламный процесс представляет собой:

- а) процесс создания рекламной продукции;
- б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
- в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю.

17. Бранбмауэр - это:

- а) крупноформатные отдельно стоящие конструкции с внешней подсветкой;
- б) крупные рекламные конструкции, расположенные на глухих стенах зданий, свободных от окон;
- в) отдельно стоящая раскладная и выносная конструкция, располагающаяся вблизи от рекламного объекта.

18. Реклама от имени правительства:

- а) носит в основном коммерческий характер;
- б) осуществляется в целях популяризации определённых общегосударственных программ;
- в) носит некоммерческий характер и способствует утверждению социально значимых принципов и достижению определённых целей в сфере общественной жизни;
- г) используется как инструмент пропаганды определённых политических идей, партий, деятелей и т.п.

19. По направленности на аудиторию выделяют:

- а) рекламу потребительских товаров и услуг, бизнес рекламу;
- б) селективную, массовую рекламу;
- в) товарную, престижную рекламу;
- г) информативную, увещательную рекламу.

20. Рекламные конструкции, периодически меняющие изображение путём поворота треугольных элементов – это:

- а) суперсайты;
- б) призматроны;
- в) бранбмауэры;
- г) штендеры.

21. Отдельно стоящая выносная и раскладная конструкция из фанеры, картона, металла или пластика, располагающаяся вблизи от рекламируемого объекта – это:

- а) призматрон;

- б) штендер;
- в) брандмауэр;
- г) билборд.

22. Менеджмент в рекламе:

- а) предполагает организацию деятельности компании по её продвижению с учётом анализа рынка;
- б) направлен на организацию рекламной деятельности предприятий и координацию взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- в) связан с разработкой и созданием рекламного продукта.

23. Психологическая роль рекламы обусловлена тем, что реклама:

- а) принимает активное участие в формировании системы оценки человека окружающей среды и самооценки, характера реакций на различные раздражители;
- б) является зеркалом тенденций в моде и дизайне, вносит вклад в наши эстетические представления;
- в) способствует повышению жизненного уровня населения, формирует культурный, правовой и экономический менталитет каждого члена общества;
- г) ускоряет адаптацию нового и не опробованного товара, а также процесс достижений научно технического прогресса в реальную жизнь.

24. К основным характеристикам рекламы не относится:

- а) платность;
- б) персонифицированность;
- в) опосредованность;
- г) увещательность.

25. По способу воздействия реклама бывает:

- а) жёская , мягкая;
- б) зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая;
- в) увещательная, напоминающая;
- г) селективная, массовая.

Контрольные вопросы:

1. Суть и принципы деятельности рекламных агентств.
2. Рекламное агентство полного цикла: распределение функций и структура деятельности.
3. Содержание деятельности специалистов в отделе рекламы СМИ.
4. Принципы построения успешных взаимоотношений рекламной службы СМИ и рекламоателя.
5. Средства массовой коммуникации в жизни современного общества.
6. Стратегическое планирование рекламной кампании в СМИ.
7. Оценка итогов рекламной кампании.
8. Корпоративная культура в СМИ и ее отражение в работе персонала отдела рекламы.

9. Реклама в различных средствах распространения и ее специфические особенности.
10. Современные тенденции развития СМИ.
11. Психологические механизмы воздействия рекламных сообщений на покупательское поведение.
12. Агентства-байеры и агентства-селлеры. Медиабаинг и медиаселлинг на телевидении, в прессе, на радио.
13. Рекламные холдинги в современной России. Монополии в СМИ.
14. Финансовое планирование и бюджет рекламного отдела СМИ.
15. Особенности управления персоналом в рекламных организациях.
16. Проблемы свободы СМИ в современной России.
17. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности.
18. Спам и ограничения его использования в рекламной деятельности.
19. Развитие интернета и его влияние на печатные средства массовой информации.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Глобальное информационное общество и современный мировой рынок рекламы.
2. Рекламный процесс и характеристика его участников. Главные и второстепенные организации рекламного рынка.
3. Основные тенденции развития рекламного рынка в России.
4. Специфические особенности рекламных обращений в различных средствах распространения.
5. Национально-культурная специфика и международные коммуникации в современной рекламе.
6. Изменение парадигмы менеджмента в современном информационном обществе.
7. Основные черты менеджмента в рекламном бизнесе.
8. Модель современного менеджера, способности и качества менеджера в отделе рекламы СМИ.
9. Требования к персоналу в отделе рекламы СМИ.
10. Должностные обязанности сотрудников в рекламном отделе СМИ.
11. Краткая характеристика рекламодателей в секторе рекламы на телевидении, радио, в прессе, наружной рекламе, интернет.
12. Рейтинги рекламодателей и их использование в работе рекламного отдела.
13. Особенности рекламопроизводителей.
14. Агентства-байеры и агентства-селлеры и взаимоотношения с ними отдела рекламы СМИ.

15. Крупнейшие рекламные агентства России, сетевые рекламные агентства, международные холдинги.
16. Краткая характеристика рекламодателей как основных участников рекламного процесса. Средства массовой информации.
17. Телевидение. Структура доходов телекомпаний. Формы рекламы на телевидении. Формы распространения телесигнала.
18. Пресса. Крупнейшие издательские дома. Источники доходов. Аудит тиражей. Конкуренция с интернет. Перспективы.
19. Наружная реклама. Типы носителей. News Outdoor Russia и крупнейшие операторы рынка. Особенности московского городского законодательства в области наружной рекламы.
20. Радио. Типы радиостанций. Рейтинги радиостанций. Радиохолдинги. Конкуренция на рынке радиорекламы.
21. Профессиональные и общественные организации рекламного рынка.
22. Внутренние факторы рекламной организации. Цели, структура, задачи, технологии, персонал средства массовой информации.
23. Внешняя среда рекламной организации и ее характеристики. Факторы внешней среды.
24. Рекламные агентства. Виды работ, структура, должностные единицы в рекламном бизнесе.
25. Строение рекламного отдела СМИ. Функции рекламного отдела. Организация работы в рекламном отделе. Централизованная и децентрализованная организации.
26. Способы оплаты услуг рекламного отдела СМИ. Комиссионные рекламным агентствам, торговые наценки, гонорары.
27. Агентские сети в рекламных отделах.
28. Способы поиска и привлечения клиентов. Самореклама. Переговорный процесс с клиентами.
29. Ведение клиентских баз данных, программное компьютерное обеспечение в работе отдела рекламы СМИ.
30. Методы защиты информации и обеспечение коммерческой тайны.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Основы брендинга

1. Бренд в переводе с латинского означает:

1. узнавание
2. клеймо
3. 3 знак
4. удача

2. Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара, – это...

1. товарная марка (товарный знак)
2. торговая марка
3. бренд
4. дизайн

3. Использование компанией «Mars» названий Сникерс, Баунти, Педигри, Вискас и т. д. относится к

1. стратегии одной марки
2. стратегии одного корня
3. стратегии индивидуальных марок
4. стратегии зонтичного бренда

4. Что помогают сформулировать 4 следующих вопроса:

1. Для кого? - определение целевой группы потребителей, для которой создается брэнд

2. Зачем? - выгода потребителя, которую он получит в результате приобретения именно этого брэнда

3. Для какой цели (для какого использования?) нужен именно этот брэнд

4. Против какого конкурента?

1. Потребительский спрос
2. Позиционирование брэнда
3. Популярность торговой марки
4. Качество товарного знака

5. В рамках этой теории эволюции брэнда осуществляется обратная связь потребителя с брэндом и потребитель участвует в продвижении и совершенствовании брэнда (например, потребитель хочет знать, во что брэнд верит).

1. Теория "уникальное торговое предложение"
2. Теория "эмоциональное торговое предложение"
3. Теория "мое торговое предложение мне"
4. Теория брэнд-имиджа

6. Позиционирование — это...

1. занятие политической позиции
2. узнаваемость торговой марки
3. контроль качества товарного знака
4. создание для брэнда такого контекста, в котором связанный с ним выбор будет восприниматься как наилучший

7. Мастер бренды, Бренды престижа, Супербренды, Глокальные бренды относятся к ...

1. локальным брендам
2. международным брендам
3. трансатлантическим брендам

4. паназиатским брендам

8. Точность, емкость, краткость, живость, эмоциональность и благозвучие – это...

1. общие требования к имени бренда
2. одинаковые черты в названиях всех брендов
3. требования литературы, не относящиеся к имени бренда
4. черты глобальных брендов

9. Регистрация товарного знака действует в течение

1. 5 лет
2. 10 лет
3. 15 лет
4. 20 лет

10. Комплекс мероприятий, направленных на продвижение торговых марок с помощью ярких и запоминающихся событий: концертов, фестивалей, вечеринок, презентаций – это

1. Event-маркетинг
2. Product placement
3. Direct Marketing
4. Нет правильного ответа

11. Принцип в брэндинге, который заключается в том, что первую компанию, занявшую свою позицию в умах потребителей, уже невозможно лишить этого места, называется

1. принципом неопределенности
2. принципом первенства
3. первым принципом брендинга
4. принципом позиционности

12. Небольшие бюджеты на рекламу, интуитивное планирование размещения, редкое использование инструментов продвижения являются слабостями...

1. локальных брендов
2. деревенских товарных знаков
3. местных филиалов глобальных брендов
4. региональных маркетологов

13. Рассматривая четыре ключевых фактора: Тип бренда, Особенности товарной категории, Уровень притязаний, Особенности местной культуры, маркетологи оценивают...

1. популярность бренда
2. независимость бренда
3. глобальность бренда
4. потребность бренда в локализации

14. Социально-демографическими, психографическими, поведенческими критериями при разработке бренда пользуются для того, чтобы...

1. провести социологический анализ
2. сегментировать рынок
3. захватить мировой рынок
4. захватить локальный рынок

15. Медиаплан, изготовление рекламной продукции, размещение рекламной продукции в каналах коммуникаций, комплексные программы лояльности применяются для...

1. продвижения бренда
2. того, чтобы разместить рекламу
3. освоения рекламного бюджета
4. целей медиапланирования

16. Длина бренда – это

1. способность бренда поддерживать верность потребительской группы
2. способность охватить максимально широкую потребительскую аудиторию, несмотря на возраст, пол, социальное положение и т.д.
3. способность разнообразить брендовое предложение в различных категориях товаров
4. степень доминирования бренда на рынке

17. Сила бренда – это

1. способность бренда поддерживать верность потребительской группы
2. способность охватить максимально широкую потребительскую аудиторию, несмотря на возраст, пол, социальное положение и т.д.
3. способность разнообразить брендовое предложение в различных категориях товаров
4. степень доминирования бренда на рынке

18. Растягивание брэнда (Brand Extension) означает ...

1. экстенсивное развитие бренда
2. увеличение затрат на продвижение
3. увеличение размера логотипа, товарного знака
4. применение бренда за пределами того товарного ряда, к которому он применялся изначально

19. Что может считаться победой для локальной торговой марки:

1. соответствие новомодным тенденциям рекламы
2. копирование популярных торговых марок
3. завоевание вполне конкретной доли рынка в своем регионе
4. повсеместная узнаваемость

20. Стратегия успешного начала работы нового бренда на локальном рынке:

1. стремление не выделяться от конкурентов, быть как все
2. максимальные затраты на продвижение и рекламу
3. жесткая критика конкурентов
4. ставка на эмоции, яркую и выразительную коммуникацию, выделение из ряда конкурентов с помощью необычного названия и стиля

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ																				

Ключ к тестам

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	2	1	3	2	3	4	2	1	2	1	4	1	4	2	1	3	1	4	4	4

**Оценочные материалы для проведения текущей
аттестации по дисциплине
« Основы информационной безопасности »**

Раздел 1. Виды компьютерной безопасности

Темы: Информационная безопасность в системе национальной безопасности
Обеспечение информационной безопасности объектов информационной
сферы государства

Текущий контроль уровня знаний, умений и владения навыками студентов по темам Раздела 1, указанным в рабочей программе дисциплины, осуществляется после изучения студентами всех тем данного раздела. Текущий контроль по всем темам Раздела 1 проводится в форме компьютерного тестирования в программе MyTest, в компьютерной аудитории, оснащённой не менее чем 10 компьютерами.

Содержание тестовых заданий по темам Раздела 1. «Введение».

1. Как называется умышленно искаженная информация?

1. Дезинформация
2. Информативный поток
3. Достоверная информация
4. Перестает быть информацией

2. Как называется информация, к которой ограничен доступ?

1. Конфиденциальная
2. Противозаконная
3. Открытая
4. Недоступная

3. Основной документ, на основе которого проводится политика информационной безопасности?

1. программа информационной безопасности
2. регламент информационной безопасности
3. политическая информационная безопасность
4. Протекторат

4. Что называют защитой информации?

1. Все ответы верны
2. Называют деятельность по предотвращению утечки защищаемой информации
3. Называют деятельность по предотвращению несанкционированных воздействий на защищаемую информацию
4. Называют деятельность по предотвращению непреднамеренных воздействий на защищаемую информацию

5. Под непреднамеренным воздействием на защищаемую информацию понимают?

1. Воздействие на нее из-за ошибок пользователя, сбоя технических или программных средств и воздействие природных явлений
2. Процесс ее преобразования, при котором содержание информации изменяется на ложную
3. Возможности ее преобразования, при котором содержание информации изменяется на ложную информацию
4. Не ограничения доступа в отдельные отрасли экономики или на конкретные производства

6. Основные предметные направления защиты информации?

1. Охрана государственной, коммерческой, служебной, банковской тайн, персональных данных и интеллектуальной собственности
2. Охрана золотого фонда страны
3. Определение ценности информации
4. Усовершенствование скорости передачи информации

7. Государственная тайна это?

1. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности страны
2. Ограничения доступа в отдельные отрасли экономики или на конкретные производства
3. Защищаемые банками и иными кредитными организациями сведения о банковских операциях
4. Защищаемая по закону информация, доверенная или ставшая известной лицу (держателю) исключительно в силу исполнения им своих профессиональных обязанностей

8. Коммерческая тайна это?

1. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности страны
2. Ограничения доступа в отдельные отрасли экономики или на конкретные производства
3. Защищаемые банками и иными кредитными организациями сведения о банковских операциях
4. Защищаемая по закону информация, доверенная или ставшая известной лицу (держателю) исключительно в силу исполнения им своих профессиональных обязанностей

9. Профессиональная тайна это?

1. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности страны

2. Ограничения доступа в отдельные отрасли экономики или на конкретные производства
3. Защищаемые банками и иными кредитными организациями сведения о банковских операциях
4. Защищаемая по закону информация, доверенная или ставшая известной лицу (держателю) исключительно в силу исполнения им своих профессиональных обязанностей

10. Как называется тайна переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений?

1. Тайна связи
2. Нотариальная тайна
3. Адвокатская тайна
4. Тайна страхования

11. Функция защиты информационной системы, гарантирующая то, что доступ к информации, хранящейся в системе может быть осуществлен только тем лицам, которые на это имеют право?

1. Управление доступом
2. Конфиденциальность
3. Аутентичность
4. Целостность
5. Доступность

12. По сведениям Media и Pricewaterhouse Coopers, на чью долю приходится 60% всех инцидентов IT-безопасности?

1. Хакерские атаки
2. Различные незаконные проникновения
3. Инсайдеры
4. Технические компании

13. Меры по защите информации от неавторизованного доступа, разрушения, модификации, раскрытия и задержек в доступе?

1. Информационная безопасность
2. Защитные технологии
3. Заземление
4. Конфиденциальность

14. Потенциальные угрозы, против которых направлены технические меры защиты информации

Потери информации из-за сбоев оборудования, некорректной работы программ и ошибки обслуживающего персонала и пользователей потери информации из-за халатности обслуживающего

9. Профессиональная тайна это?

5. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности страны
6. Ограничения доступа в отдельные отрасли экономики или на конкретные производства

7. Защищаемые банками и иными кредитными организациями сведения о банковских операциях
8. Защищаемая по закону информация, доверенная или ставшая известной лицу (держателю) исключительно в силу исполнения им своих профессиональных обязанностей

10. Как называется тайна переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений?

5. Тайна связи
6. Нотариальная тайна
7. Адвокатская тайна
8. Тайна страхования

11. Функция защиты информационной системы, гарантирующая то, что доступ к информации, хранящейся в системе может быть осуществлен только тем лицам, которые на это имеют право?

6. Управление доступом
7. Конфиденциальность
8. Аутентичность
9. Целостность
10. Доступность

12. По сведениям Media и Pricewaterhouse Coopers, на чью долю приходится 60% всех инцидентов IT-безопасности?

5. Хакерские атаки
6. Различные незаконные проникновения
7. Инсайдеры
8. Технические компании

13. Меры по защите информации от неавторизованного доступа, разрушения, модификации, раскрытия и задержек в доступе?

5. Информационная безопасность
6. Защитные технологии
7. Заземление
8. Конфиденциальность

14. Потенциальные угрозы, против которых направлены технические меры защиты информации

1. Потери информации из-за сбоев оборудования, некорректной работы программ и ошибки обслуживающего персонала и пользователей потери информации из-за халатности обслуживающего персонала и не ведения системы наблюдения
2. Потери информации из-за не достаточной установки резервных систем электропитания и оснащение помещений замками
3. Потери информации из-за не достаточной установки сигнализации в помещении
4. Процессы преобразования, при котором информация удаляется

15. Программные средства защиты информации?

1. Средства архивации данных, антивирусные программы
2. Технические средства защиты информации

3. Источники бесперебойного питания (ups)
4. Смешанные средства защиты информации

16. Обеспечение достоверности и полноты информации и методов ее обработки?

1. Конфиденциальность
2. Целостность
3. Доступность
4. Целесообразность

17. Обеспечение доступа к информации только авторизованным пользователям?

1. Конфиденциальность
2. Целостность
3. Доступность
4. Целесообразность

18. Носитель информации это?

1. физическое лицо, или материальный объект, в том числе, - физическое поле, в которых информация находит свое отображение в виде символов, образов, сигналов, технических решений и процессов;
2. субъект, осуществляющий пользование информацией и реализующий полномочия распоряжения в пределах прав, установленных законом и/или собственником информации;
3. субъект, пользующийся информацией, полученной от ее собственника, владельца или посредника в соответствии с установленными правами и правилами доступа к информации либо с их нарушением;
4. субъект, в полном объеме реализующий полномочия владения, пользования, распоряжения информацией в соответствии с законодательными актами;
5. участник правоотношений в информационных процессах.

19. Естественные угрозы безопасности информации вызваны?

1. деятельностью человека;
2. ошибками при проектировании АСОИ, ее элементов или разработке программного обеспечения;
3. воздействиями объективных физических процессов или стихийных природных явлений, независимых от человека;
4. корыстными устремлениями злоумышленников;
5. ошибками при действиях персонала.

20. К основным непреднамеренным искусственным угрозам АСОИ относится:

1. физическое разрушение системы путем взрыва, поджога и т.п.;
2. неправомерное отключение оборудования или изменение режимов работы устройств и программ;
3. изменение режимов работы устройств или программ, забастовка, саботаж персонала, постановка мощных активных помех и т.п.;
4. чтение остаточной информации из оперативной памяти и с внешних запоминающих устройств;

5. перехват побочных электромагнитных, акустических и других излучений устройств и линий связи.

**Критерии оценивания тестовых заданий по темам Раздела 1.
«Введение».**

Оценка «отлично» ставится, если студент верно ответил на 18-20 вопросов теста.

Оценка «хорошо» ставится, если студент верно ответил на 14-17 вопросов теста.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент верно ответил на 11-13 вопросов теста.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент верно ответил менее, чем на 11 вопросов теста.

Раздел 2.

Уровни компьютерной безопасности

Темы занятий: Общая характеристика компьютерной безопасности
Испытание программного и аппаратного уровней компьютерной безопасности

Текущий контроль уровня знаний, умений и владения навыками студентов по темам Раздела 2. «Принципы построения системы кибербезопасности. Определение уязвимостей автоматизированных систем и выбор средств защиты. Формирование требований к построению систем криптографической и стеганографической защиты» осуществляется в виде контрольной работы. Задания контрольной работы выполняются студентами на персональных компьютерах, оснащённых прикладным программным обеспечением: PDF Creator; GFileProtect 1.2., RSACryptoSystem 2.0, Steganography, Kaspersky Internet Security.

В процессе выполнения заданий контрольной работы по теме студенту предлагается использовать перечисленное выше прикладное программное обеспечение для организации криптографической и стеганографической защиты информации.

1. Перечень заданий: Обеспечить устранение следов вирусной активности средствами программы Kaspersky Internet Security.
2. Средствами программы RSACryptoSystem 2.0 организуйте электронно-цифровую подпись.
3. Обеспечить средствами программы Kaspersky Internet Security фильтрацию сетевой активности.

4. Обеспечить средствами программы Kaspersky Internet Security защиту от несанкционированного сбора личных данных пользователя персонального компьютера.
5. Организуйте защиту электронных документов pdf формата средствами программы PDF Creator.
6. Организуйте криптографическую защиту документа в формате docx средствами программы GFileProtect 1.2.
7. Обеспечьте стеганографическую защиту данных средствами программы Steganography.
8. Обеспечьте облачную защиту средствами программы Kaspersky Internet Security.
9. Средствами программы обеспечьте защиту usb-носителя от несанкционированного доступа.
10. Создайте usb-диск для аварийного восстановления системы

Критерии оценивания

Оценка «отлично» ставится если:

- Студент владеет навыками обеспечения стенографической защиты информации средствами прикладного программного обеспечения;
- Студент владеет навыками обеспечения криптографической защиты информации средствами прикладного программного обеспечения;
- Студента умеет разрабатывать симметричные коды для защиты каталогов и файлов;
- Студента умеет разрабатывать асимметричные коды для защиты каталогов и файлов.

Оценка «хорошо» ставится если:

- Студент владеет навыками обеспечения стенографической защиты информации средствами прикладного программного обеспечения;
- Студент владеет навыками обеспечения криптографической защиты информации средствами прикладного программного обеспечения;
- Студента умеет разрабатывать симметричные коды для защиты каталогов и файлов.

Оценка «удовлетворительно» ставится если:

- Студент владеет навыками обеспечения стенографической защиты информации средствами прикладного программного обеспечения;
- Студент владеет навыками обеспечения криптографической защиты информации средствами прикладного программного обеспечения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не владеет навыками защиты информации средствами криптографии и стеганографии.

Раздел 3.

Компьютерные системы

Темы занятий: «Система физической защиты компьютерных систем
Организация и аудит безопасности компьютерных систем

Текущий контроль уровня знаний, умений и владения навыками студентов по темам Раздела 3. «Принципы построения системы кибербезопасности. Определение уязвимостей автоматизированных систем и выбор средств защиты. Формирование требований к построению систем криптографической и стеганографической защиты» осуществляется в форме контрольной работы. Задания контрольной работы выполняются студентами на персональных компьютерах, оснащённых прикладным программным обеспечением: Lockerfullset 1.1; GFileProtect 1.2.; Steganography; ImageHide; RSACryptoSystem 2.0. Контрольная работа проводится в компьютерной аудитории, оснащённой не менее чем 10 компьютерами.

В процессе выполнения заданий контрольной работы по темам Раздела 3. «Принципы построения системы кибербезопасности. Определение уязвимостей автоматизированных систем и выбор средств защиты. Формирование требований к построению систем криптографической и стеганографической защиты» студенту предлагается выполнить следующие задания:

1. Обеспечьте стеганографическую защиту данных средствами программы Steganography.
2. Обеспечьте стеганографическую защиту данных средствами программы ImageHide.
3. Организуйте криптографическую защиту документа в формате docx средствами программы Lockerfullset 1.1.
4. Организуйте криптографическую защиту документа в формате docx средствами программы GFileProtect 1.2.
5. Средствами программы RSACryptoSystem 2.0 организуйте электронно-цифровую подпись.

Критерии оценивания.

Оценка «отлично» ставится если:

- Студент верно выполнил все пять предложенных заданий.

Оценка «хорошо» ставится если:

- Студент верно выполнил четыре предложенных задания.

Оценка «удовлетворительно» ставится если:

- Студент верно выполнил три предложенных задания.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент верно выполнил менее трёх, предложенных заданий.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Основы лингвистического анализа художественного текста»

Тест

№ вопроса	Вопрос	Ответы
1.	Функциональный стиль, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется... Русский язык широко используется за пределами России. Прежде всего, он представляет собой достаточно удобное средство для межнационального общения жителей бывшего Советского Союза, например, молдаван и украинцев, грузин и армян, узбеков и таджиков. Кроме того, к его помощи нередко прибегают представители разных народов и за пределами СНГ. Языки, используемые как средство международного общения, принято именовать мировыми языками. Таким образом, русский язык является одним из мировых языков.	а) научным б) литературно-художественным в) разговорным г) публицистическим
2.	Функциональный стиль, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется... Сонные мухи, потревоженные нашим разговором, тихо гудели на потолке, мало-помалу задремывая, часы зашипели и звонко и печально прокуковали одиннадцать... "Утро вечера мудренее " - пришли мне в голову успокоительные слова отца, и опять мне стало легко и как-то счастливо-грустно. Отец уже спал, в кабинете было давно тихо, и все в усадьбе тоже спало. И что-то блаженное было в тишине ночи после дождя и старательном выщелкивании соловьев, что-то неуловимо прекрасное реяло в далеком полусвете зари.	а) литературно-художественным б) научным в) разговорным г) публицистическим

3.	Функциональный стиль, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется... По большому счету мне все равно, кто выиграл конкурс - ОНЭКСИМ Банк или структура [их конкурентов]. Мне обидно за наше правительство, которое ничему не учится. Между тем, последствием этого могут стать серьезные потрясения в экономике. Чиновники меняются, а способы работы остаются прежними. Тем самым оппозиции даются козыри. Ведь в любом единоборстве нельзя давать противнику руку в захват - иначе тебя могут положить на лопатки.	а) публицистическим б) научным в) литературно-художественным г) разговорным
4.	Функциональный стиль речи, к которому относятся выделенные фрагменты текста, называется... По большому счету <u>мне все равно</u>, кто выиграл конкурс - ОНЭКСИМ Банк или структура [их конкурентов]. <u>Мне обидно</u> за наше правительство, которое ничему не учится. Между тем, последствием этого могут стать серьезные потрясения в экономике. Чиновники меняются, а способы работы остаются прежними. Тем самым оппозиции <u>даются козыри</u>. Ведь в любом единоборстве нельзя <u>давать</u> противнику <u>руку в захват</u> - иначе тебя могут <u>положить на лопатки</u>.	а) разговорным б) научным в) литературно-художественным г) публицистическим
5.	Функциональный стиль, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется... В соответствии со ст. 23 Федерального закона «Об оружии» Правительство Российской Федерации постановляет: 1. Утвердить следующие размеры единовременных сборов, взимаемых с юридических лиц и граждан за выдачу лицензий на торговлю гражданским и служебным оружием, его приобретение, разрешений на хранение или хранение и ношение, транспортирование, ввоз на территорию Российской Федерации и вывоз с территории Российской Федерации оружия и патронов к нему, а также за продление срока их действия, согласно приложению № 1.	а) официально-деловым б) научным в) литературно-художественным г) разговорным

6.	Функциональный стиль, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется... Бежать с помощью водки и наркотиков нынче не модно... Зато тысячи парней и девушек вечера и даже ночи напролет проводят в обнимку с компьютером. На его экране они видят то, что хотят, а не то, что им навязывает общество в образе телевизора, молочного магазина или родного института. Одна из самых любимых «фишек» молодежи - хакерство. Можно забраться в Интернет и скачивать оттуда рефераты, курсовики, дипломные работы... Час работы в Интернете стоит от доллара до пяти, зато сколько кайфа! ...И еще. В мире компьютерных грез никто не задает дурацких вопросов типа «А какая идея тебе близка?» «	а) публицистическим б) научным в) литературно-художественным г) разговорным
7.	Функционально-смысловой тип речи, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется.... Внезапно Васильев так тяжело повернулся на стуле, что он неожиданно треснул, поддалась ножка, и Васильев рванулся, переменившись в лице, но не упал, - и это мало смешное происшествие явилось предлогом для какого-то звериного, ликующего взрыва, прервавшего чтение, и покуда Васильев переселялся на другой стул, Герман Иванович Буш, наморщив великолепный, но совершенно недоходный лоб, что-то в рукописи отмечал карандашиком...	а) повествование б) рассуждение в) описание г) определение

8.	Функционально-смысловой тип речи, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется.... Разразился ливень с оглушительными громовыми ударами и ослепительно-быстрыми, огненными змеями молний; Плоско, четко и мертвенно-бледно зеленела равнина хлебов под ее огромным фоном; Яркая и необыкновенно свежая была мелкая мокрая трава на большой дороге. Черно-лиловая туча тяжело свалилась к северо-западу, величаво заступила полнеба напротив; Мокрые, точно сразу похуевшие лошади шлепали, блестя подковами, по синей грязи; Тарантас влажно шуршал.	а) описание б) рассуждение в) повествование г) определение
9.	Функционально-смысловой тип речи, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется.... Москва не может быть «малоэтажным» городом уже потому, что если мы будем строить 4-5-этажные дома, площадь города разрастется до невероятных размеров. Потребуется тысячи километров коммуникаций, из-за больших расстояний возникнут новые транспортные проблемы. От застройки Москвы высотными домами нам не уйти. Но это совсем не значит, что в городе не строятся малоэтажные дома. Жилье, которое будет эксплуатироваться в XXI веке, должно отвечать другим качественным и социальным стандартам.	а) рассуждение б) описание в) повествование г) определение
10.	Функционально-смысловой тип речи, к которому принадлежит следующий фрагмент текста, называется.... Реклама – дирижер хэппенингов, искусство организации бытия. Она придает обществу гомогенную структуру, создавая универсальные идеалы и поведенческие стереотипы.	а) определение б) рассуждение в) повествование г) описание

11. Какое свойство текста обеспечивает его смысловое единство?

- а) наличие смысловых скважин.
- б) связность
- в) целостность
- г) закреплённость на определенном материальном носителе

12. Соблюдение какого свойства текста является условием его смысловой целостности?

- а) связность
- б) наличие смысловых скважин
- в) перспекция
- г) ретроспекция

13. Какие операции предполагает методика логического анализа текста?

- а) членение текста на смысловые части, составление плана авторского варианта

текста

б) выделение имен, суждений (упрощение текста при необходимости), выделение связок, проверка верности имен и суждений путем их внутритекстового соотнесения между собой и с контекстом

в) проверка правильности неконкретизированных формулировок, точности наименования объектов действительности, правильности союзов и текстообразующих вводных слов

г) специальных приемов логического анализа, отличающихся от общих приемов анализа фактического материала, не существует

14. Какой из логических законов нарушен в утверждении «Еще неизвестно, сколько выделено денег, но уже сейчас ясно, что этой суммы будет недостаточно»?

а) закон тождества

б) закон противоречия

в) закон исключенного третьего

г) закон достаточного основания

15. Какой закон логики нарушен в утверждении «Козероги больше любят творить добро, при этом ими движет не только желание помочь. Может быть, поэтому Козероги недоверчивы и консервативны»?

а) закон тождества

б) закон противоречия

в) закон исключенного третьего

г) закон достаточного основания

16. В какой разновидности текстов возможна открытая концовка?

а) это невозможно вообще

б) в краткой информации

в) в аналитических жанрах

г) в художественной критике

17. По каким признакам можно узнать повествовательный текст?

а) по перечислению наблюдаемых признаков предмета, оформленному преимущественно глаголами несовершенного вида

б) по цепи событий, представленной в хронологической последовательности и оформленной преимущественно глаголами прошедшего времени совершенного вида.

в) по причинно-следственным связям между элементами предметно-логической основы текста

г) выше не названы отличительные черты повествования

18. Какие способы изложения относятся к изобразительным? (Выберите вариант ответа, не содержащий ложных утверждений)

а) определение и рассуждение

б) определение и описание

в) описание и рассуждение

г) описание и повествование

19. Какие из перечисленных единиц относятся к логическим связкам? (Выберите наиболее полный ответ, не содержащий ошибочных утверждений)

а) союзы, частицы, вводные слова, знаки препинания, предлоги с обстоятельственными значениями

б) союзы, вводные слова, междометия, связки между подтемами текста

в) союзы, вводные слова, любые предлоги, абзацы

г) повторные наименования описываемых явлений, союзы, вводные слова

20. Какие из перечисленных недостатков относятся к композиционным?

а) заявленные и неразвитые или излишне детализированные подтемы

б) частичная или полная подмена понятий

в) игнорирование тезиса

г) порочный круг

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ																				

Ключ к тесту:

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	а	а	а	а	а	а	а	а	а	а	б	г	б	б	а	в	б	б	в	г

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Основы маркетинга

Раздел 1 Методологические основы маркетинга

Задания

Тест

1. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена:
 - а) обмен
 - б) маркетинг
 - в) сделка
2. Торговая операция между двумя сторонами, включающая соглашение об условиях, сроках и месте ее реализации:
 - а) обмен
 - б) маркетинг
 - в) сделка
3. Тщательный учет при принятии решений потребностей, состояния и динамики спроса и рыночной конъюнктуры:
 - а) свойство маркетинга
 - б) принцип маркетинга
 - в) задача маркетинга
4. Любой товар будет пользоваться спросом, если он доступен по цене и широко представлен на рынке - это:
 - а) концепция совершенствования производства
 - б) концепция совершенствования сбыта
 - в) концепция совершенствования товара
5. Любой товар может быть продан, если для этого приложить усилия-это:
 - а) концепция совершенствования производства

б) концепция совершенствования сбыта

в) концепция совершенствования товара

6. Согласно маркетинговой концепции (маркетинг-микс) маркетинговая деятельность предприятия развивается по нескольким направлениям:

а) товарная политика, ценовая политика

б) политика продвижения товара, товародвижение

в) все варианты верны

7. К некоторым функциям маркетинга относятся:

а) изучение рынка, спроса и предложения

б) ценообразование

в) все варианты верны

8. Вид маркетинга, который характеризуется массовым производством и маркетингом одного продукта, предназначенного сразу для всех покупателей:

а) продуктно-дифференцированный маркетинг

б) массовый маркетинг

в) целевой маркетинг

9. Вид маркетинга, который характеризуется производством и сбытом нескольких продуктов с разными свойствами, предназначенными для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы:

а) продуктно-дифференцированный маркетинг

б) массовый маркетинг

в) целевой маркетинг

10. Вид маркетинга, характеризующийся тем, что осуществляется производство и маркетинг продуктов, разработанных специально для определенных рыночных сегментов:

а) конверсионный маркетинг

б) массовый маркетинг

в) целевой маркетинг

11. Вид маркетинга, задачей которого является изменение отрицательного отношения потребителей к какому-то продукту:

- а) конверсионный маркетинг
- б) массовый маркетинг
- в) целевой маркетинг

12. Анализ, планирование, внедрение и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения целей организации:

- а) анализ рыночных возможностей
- б) управление маркетингом
- в) разработка комплекса маркетинга

13. Одним из этапов процесса управления маркетинга является:

- а) отбор целевых рынков
- б) внедрение в жизнь маркетинговых мероприятий
- в) все варианты верны

14. Одним из полезных приемов выявления новых рынков является использование:

- а) сетки развития товара и спроса
- б) сетки развития товара и рынка
- в) сетки развития товара и предложение

15. Привлекательное направление маркетинговых усилий, на котором данное предприятие может добиться конкурентного преимущества:

- а) маркетинговая возможность предприятия
- б) маркетинговая перспектива предприятия
- в) все варианты неверны

16. Все, что может удовлетворить потребность и предназначено для продажи:

- а) сделка
- б) рынок

в) товар

17. Совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами организации и влияющих на возможности руководства службы маркетинга устанавливать и поддерживать отношения успешного сотрудничества с целевыми клиентами:

- а) маркетинговая область организации
- б) маркетинговая среда организации
- в) маркетинговая возможность организации

18. С точки зрения возможностей маркетингового воздействия на окружения выделяют:

- а) макросреду и микросреду
- б) внешнюю и внутреннюю среды
- в) все ответы неверны

19. Одним из факторов макросреды организации относится:

- а) демографический фактор
- б) культурный фактор
- в) все ответы верны

20. Микросреда делится на:

- а) явную и неявную
- б) внутреннюю и внешнюю
- в) прямую и косвенную

21. Комплекс возможностей фирмы и достижений, обеспечивающих конкурентно преимущество на рынке и достижения поставленных стратегических целей:

- а) потенциал фирмы
- б) перспективы фирмы
- в) все ответы верны

22. К внешней макросреде относятся:

- а) поставщики и конкуренты
- б) посредники, клиентура и контактные аудитории

в) все варианты верны

23. Вид конкурентов, предлагающие одинаковую продукцию разным потребителям:

- а) прямые
- б) неявные
- в) товарные

24. Вид конкурентов, продающие различные товары одним и тем же покупателям:

- а) прямые
- б) косвенные
- в) неявные

25. Для оценки конкуренции может использоваться:

- а) модель пяти конкурентных сил Портера
- б) модель семи конкурентных сил Портера
- в) сетка развития товара и рынка.

Ответы:

1б	2в	3б	4а	5б	6в	7в	8б	9а	10в	11а	12б
13в	14б	15а	16в	17б	18а	19в	20б	21а	22в	23в	24б
25а											

Ситуационные задания

1. Фирма IKEA на новом рынке

Специализированная мебельная фирма IKEA, являющаяся ведущей на рынке мебели Швеции и владеющая 28% этого рынка, обнаружила в 1974 г. новые рыночные возможности на стагнирующем рынке Западной Германии. Распространение маркетинговой концепции, которая применялась на шведском рынке (весь ассортимент ориентирован на широкие целевые группы) не проявило себя в Германии слишком обещающе, особенно по причине полного захвата тамошнего рынка конкурентами. Поэтому руководство фирмы IKEA решило нацелить свою деятельность на новые группы потребителей с использованием инновационно-сбытовой и сегментационной

стратегии. Цель такой стратегии — использование соответствующей специфической рыночной ситуации в ФРГ до 1980 г. Десять магазинов фирмы должны были достигнуть годового оборота в 500 млн. немецких марок ежегодно.

Основные черты новой маркетинговой концепции:

1. Ориентация на новый целевой сегмент, выделенный по психологическому и поведенческому критерию: люди, которые чувствуют себя молодыми и характеризуются подвижностью, высокими требованиями к дизайну и к качеству, хозяйственной рассудительностью, интеллигентным покупательским поведением.

2. Новая единая (и отвечающая целевому сегменту) идея товаров и услуг. ИКЕА работает при помощи своих заказчиков, которые берут часть услуг на себя (например, сами транспортируют и монтируют продукцию): «невероятное вероятно: хороший дизайн и качество — за низкую цену».

3. Коммуникация, основные аргументы: «Заказчик ИКЕА должен ощущать определенный статус. Это означает, что он выделяется интеллигентным покупательским поведением, коммуникабельностью при оформлении покупки, высоким эстетическим вкусом». Одновременно с удовлетворением заказчика должны быть достигнуты высокая степень известности марки фирмы, эффект мотивации покупки и высокая степень идентификации.

4. Распределение: размещение 10 магазинов с выгодой в ценовом аспекте вблизи крупных городских агломераций.

• Вопросы и задания

1. Разработайте систему маркетинговых целей. Какие связи существуют между маркетинговыми целями и целями предприятия?

2. Какие отдельные части маркетинговой программы фирмы ИКЕА вы обнаружили в описанной ситуации?

2. Садоводческая проблема — газон

Западногерманский производитель садоводческих систем стоит перед проблемой стагнирования рынка посевного материала и удобрений. Половина домашних хозяйств в ФРГ имеет сады (всего 10 млн. садов площадью примерно 230 м² каждый в среднем). Однако ежегодно прибавляется только около 2,3% общей площади газонов. Около 30% собственников газонов имеют с ними проблемы. Одна из причин — низкокачественный посевной материал: не отвечающий принятым размерам рост летом и низкая устойчивость к болезням. Кроме того, он плохо переносит частое скашивание и через несколько лет быстро дегенерирует. Удобрение и поливка против сорняков имеют только поверхностный эффект, так как качество основной поросли зависит от посевного материала, в связи с чем восстановление газона должно быть капитальным.

Более того, изменяются требования владельцев газона к его особенностям. Вместо репрезентативности и декоративности предпочтение отдается сильному и крепкому газону, который способен выдержать нагрузку, т.е. спорт, игры и т.д.

Однако красивый и качественный газон можно получить только путем полного пересева уже ранее засеянной территории высококачественным посевным материалом. Но при этом газоном вообще нельзя пользоваться три месяца и он достаточно дорог.

Исследования, которые производитель проводит в этой области, показывают, что засев высококачественного посевного материала на месте уже существующего дегенерировавшего газона дает только оптический эффект. Для того чтобы получить действительно качественный газон, необходима специальная обработка почвы, прежде всего с применением соответствующих удобрений.

Система восстановления газона, которую предлагает производитель, состоит в использовании следующих продуктов: посевной материал, удобрения для, корней рассады, специальные удобрения для травы и

необходимое садоводческое оборудование для повседневной деятельности, т.е. косы, внесения удобрений, полива, уборки и т.д.

Главная часть этой системы — результат исследований и развития производителя.

Выгода потребителя заключается в том, что старый, дегенерировавший газон полностью обновляется в течение короткого времени (около 6 недель). При этом цена составляет 1/7 цены нового газона. Кажущаяся сложность этой системы и анализ сбыта показали, что классическим сбытовым путем эта система на рынке укрепиться не смогла.

Вопросы и задания

1. Проанализируйте маркетинговую ситуацию и опишите маркетинговую проблему, перед которой стоит производитель.
2. По результатам анализа разработайте маркетинговую концепцию и шага по ее претворению в жизнь.

3. Маркетинговая концепция в деятельности фирмы

Фирма ЭПС Лтд. (EPS Ltd), основанная в 1969 г., известна в Великобритании как солидный производитель электроэнергии. Девиз компании: «Мы гарантируем бесперебойную подачу электроэнергии. Наша подача энергии превосходна!». Клиенты фирмы: аэропорты, больницы, предприятия в сфере телекоммуникации, булочные. География клиентов — Великобритания, Средний Восток, Китай.

Компьютеры и другое чувствительное оборудование требуют бесперебойного и стабильного снабжения энергией. Специалисты фирмы еще двадцать лет назад обнаружили, что малейшие колебания напряжения и частоты тока приводят к сбою в работе компьютеров, искажают передаваемую информацию, затрудняют компьютерные операции. Оборудование, которым располагает фирма, полностью обеспечивает надежную защиту от колебаний переменного тока.

Объем продаж фирмы постоянно растет при достаточно высоком уровне спроса, но нарастает угроза конкуренции. Управляющий директор

фирмы, по образованию инженер-электронщик, пройдя курс обучения в центре по подготовке кадров при Институте маркетинга, осознал, что несмотря на, казалось бы, прочные позиции фирмы, необходима переориентация деятельности фирмы на маркетинговую концепцию. Он считает, что пришло время развивать систему маркетингового планирования, но, не имея практики маркетинговой работы, плохо представляет себе то, что он должен конкретно предпринять. Философию своей компании он сформулировал так: «Высочайшее качество товара плюс превосходный инжиниринг и техническая экспертиза».

Вопросы и задания

1. Помогите управляющему директору сформулировать основные маркетинговые цели компании.
2. Выделите ключевые задачи компании.
3. Какие виды маркетинговой деятельности необходимо, по вашему мнению, осуществить для выполнения этих задач?
4. Какую главную выгоду возможно получить в результате перехода на маркетинговую концепцию деятельности компании?

4. Оценка перспектив развития фирмы

Анита Вильяме — единоличный владелец небольшой фирмы, которая специализируется на производстве женской косметики. Различные виды и марки недорогих косметических средств ориентированы на молодых латиноамериканок, проживающих в США (возрастные границы сегмента рынка: от, 18 до 35 лет).

Первоначально Анита Вильяме основала в пригороде Лос-Анжелеса небольшую фирму, где она работала со своим мужем и детьми. Со временем ее дело значительно расширилось, однако единственной причиной, сдерживающей дальнейшее развитие фирмы, является невозможность увеличения производства и масштабов рекламной деятельности из-за недостатка финансовых средств,

В настоящее время ситуация в промышленности, производящей косметические средства, меняется очень быстро, сроки жизненного цикла отдельных видов этой продукции сокращаются. Это вынуждает фирмы уделять большое внимание выпуску новых товаров, товаров рыночной новизны, но в связи с тем, что производство недорогой косметики не является сложным процессом, фирмы-производители могут выходить на рынок с новыми товарами без значительных финансовых затрат.

Г-жа Вильяме планирует расширить географический сегмент своего рынка, в частности, организовать продажу продукции своей фирмы на всей юго-западной территории штата с последующим выходом на рынок Нью-Йорка и Майами.

Адвокат и бухгалтер, консультирующие Аниту Вильяме, советуют ей обдумать вопрос об образовании на базе ее фирмы корпорации с целью привлечения необходимых финансовых средств.

Вопросы и задания

1. Какие преимущества единоличного владения фирмой могла бы Анита Вильяме потерять при создании корпорации? Какие выгоды она при этом получила бы?
2. Необходимо ли для г-жи Вильяме проведение маркетинговых исследований? Почему?
3. На каких аспектах деятельности фирмы следует в первую очередь сконцентрировать внимание ее владелице?
4. К каким последствиям, на ваш взгляд, может привести повышение цен на продукцию фирмы на том сегменте рынка, где она в настоящее время работает?
5. Какая информация необходима г-же Вильяме для принятия решения о выходе на новые рынки?
6. С какими проблемами может столкнуться владелица фирмы при выходе с новой продукцией на рынки, предъявляющие повышенные требования к качеству товара?

Раздел 2 Система маркетинговых исследований

Задания

Тест

1. _____ не входит в маркетинговую деятельность:
 - а) маркетинговые исследования;
 - б) формирование рекламного бюджета;
 - в) выбор технологии производства;
 - г) разработка нового товара;
 - д) все ответы верны;
 - е) правильного ответа нет.

2. Объектом исследования рынка является:
 - а) потребительские свойства товаров;
 - б) доходы потребителей;
 - в) состояние конкуренции;
 - г) демографические особенности потребителей;
 - д) все ответы верны;
 - е) правильного ответа нет.

3. Проблема в маркетинговом исследовании - это:
 - а) некоторая противоречивая ситуация, сложный вопрос, требующий своего решения;
 - б) общая постановка целей, задач и определение возможных путей и средств их достижения;
 - в) вероятностное предположение относительно сущности и возможных путей решения задач;

г) целенаправленный набор приемов и методов маркетингового исследования;

д) правильного ответа нет.

4. Методами кабинетных исследований не являются:

а) эксперимент;

б) регрессионный анализ;

в) контент-анализ;

г) факторный анализ;

д) все ответы верны;

е) правильного ответа нет.

5. Отличие панельного опроса от простого заключается в том, что:

а) проводится по одной и той же теме на разных выборках;

б) проводится на одной и той же выборке по разным темам;

в) проводится по одной и той же теме на одной и той же выборке в произвольное время;

г) проводится по той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени;

д) правильного ответа нет.

6. К общим факторам, определяющим емкость рынка, относятся:

а) рост цен на энергоносители;

б) развитие прокатной сети;

в) национально-бытовые традиции;

г) уровень жизни населения;

д) все ответы верны;

е) правильного ответа нет.

7. Спрос, направленный на увеличение числа товаров, находящихся в пользовании у населения, можно определить как:

а) частный;

- б) общий;
- в) повторный;
- г) дополнительный;
- д) первый;
- е) правильного ответа нет.

8. Спрос на замену предъявляется:

- а) на товары единовременного пользования;
- б) на товары длительного пользования;
- в) на товары производственного назначения;
- г) на услуги;
- д) на определенный класс товаров в целом;
- е) правильного ответа нет.

9. Критериями сегментации являются:

- а) мотивы потребительского поведения;
- б) доходы потребителей;
- в) существенность сегмента;
- г) численность населения;
- д) все ответы верны;
- е) правильного ответа нет.

10. Климатические условия относятся к следующей группе признаков сегментации:

- а) географические;
- б) демографические;
- в) социально-экономические;
- г) психографические;
- д) конкурентные;
- е) правильного ответа нет.

Ситуационные задания

1. Какой тип исследования и почему был бы наиболее уместен в следующих ситуациях:

- а) Фирма, выпускающая сладкие изюмные хлопья, хочет выяснить степень влияния детей на фактический объем покупок своих товаров.
- б) Книжный магазин вашего института хочет собрать предварительную информацию об отношении студентов к предлагаемым им товарам и услугам.
- в) Корпорация "Макдональдс" обдумывает возможность размещения нового кафе в быстрорастущем пригороде.
- г) Фирма "Жиллетт" хочет выяснить сравнительную эффективность влияния двух новых рекламных идей на сбыт своего сухого дезодоранта "Райт гард" с ароматом лаймы в двух крупных городах.

2. Президент одной из студенческих организаций, членом которой Вы являетесь, обратился к вам с просьбой провести маркетинговое исследование, чтобы выявить причины сокращения числа ее членов. Расскажите, как бы вы воспользовались всеми этапами процесса маркетингового исследования в ходе своей работы.

3. Назовите ряд внутрифирменных факторов и факторов внешней среды, которые потребовали бы проведения фирмой дополнительных маркетинговых исследований.

4. Фирма - производитель пластмассовых колпачков к флаконам для шампуня - безуспешно пыталась получить от своих потребителей (производителей шампуня) необходимую для непрерывного улучшения качества товара информацию. Что необходимо предпринять фирме, чтобы

получить требуемую информацию. Какие проблемы, связанные с потребителями, могли бы вскрыть эти исследования?

5.Вы работаете директором по маркетингу в фирме, производящей консервированные продукты питания. Ваш начальник хочет узнать, какое количество магазинов торгует пикантным соусом вашего производства. Поскольку вы продаете продукцию через оптовых торговцев, вы не можете дать ответ на этот вопрос немедленно. Вашему начальнику необходимо получить ответ через два дня. Каковы будут ваши действия?

6.Перед исследователем стоит задача оценить эффект трех различных вариантов расположения товаров на полках магазинов (А, Б и В). Он планирует решить ее, анализируя объем продаж при каждом варианте их расположения в магазинах в течение трех отрезков времени. Какие варианты расположения товара может использовать исследователь?

7.Фирма ЛЕВИ Страусс собирается разработать новую ассортиментную группу финансовых костюмов, предназначенных для молодых самостоятельных деловых людей, которые обычно покупают одежду в специализированных магазинах. Группа специалистов по маркетингу определила, что мужчин, которые покупают джинсы ЛЕВИ'С можно разделить на пять категорий:

- а) Сторонники универсального потребления. Приверженцы торговой марки компании, которые носят джинсы на работе и дома.
- б) Сторонники традиционного потребления. Потребители, следящие за тенденциями высокой моды, ведущие ночной образ жизни.
- в) Покупатели, ориентирующиеся на цену. Потребители, для которых решающий фактор покупки - цена товара. Предпочитают покупать товары в универмагах и магазинах, торгующих со скидками.

г) Приверженцы традиций. Потребители в возрасте старше 45 лет. Совершают покупки в универсамах в сопровождении жен.

д) Сторонники классической моды и независимого образа жизни. Предпочитают делать покупки самостоятельно в специализированных магазинах. Одежда для них – средство выглядеть "так, как им и подобает".

Перед специалистами по маркетингу стоит задача определить: 1) следует ли дать имя ЛЕВИ'С новой продукции и 2) стоит ли использовать для нового товара на рынок существующие каналы распределения. С чего они должны начать действовать, чтобы ответить на поставленные вопросы и разработать план проведения обширных исследований потребительских предпочтений сегмента "сторонников классической моды и независимого образа жизни"? Какие формальные маркетинговые исследования следует провести фирме, чтобы принять решение в отношении целесообразности завоевания этого сегмента? Если будет решено приступить к освоению нового рынка, с какими трудностями может столкнуться компания?

8.Предложите нестандартные способы изучения следующих вопросов:

1. Компании, выпускающей ликеры, необходимо оценить потребление ликеров в городе, в котором официально установлен "сухой закон".
2. Фирма - дистрибьютор журналов хочет узнать, сколько людей читают тематические журналы в приемных врачей.

Раздел3 Планирование и организация маркетинга

Ситуационные задания

1.Вас только что приняли на работу в небольшую компанию, которая специализируется на производстве мыла и другой парфюмерной продукции. Вы не имеете опыта практической работы и хотите продемонстрировать начальнику свои знания в области планирования. Из разговоров коллег вам известно, что директор компании считает формальное планирование

недостаточным и неэффективным методом управления небольшими компаниями и предпочитает ему неформальное. Вы твердо решили его переубедить. Напишите служебную записку об использовании формального планирования в небольших компаниях.

2. Несколько лет назад местный колледж ввел учебную программу для взрослых, которая не пользовалась особой популярностью. Руководство колледжа решило, что, либо набор на вечерние курсы будет значительно увеличен, либо программу необходимо ликвидировать. Разработайте определение миссии курсов для взрослых и определите 10 задач, решение которых позволит значительно увеличить число слушателей.

3. Вы - руководитель медицинского центра (500 мест) в крупном городе. Опишите факторы, влияющие на маркетинговую стратегию вашей компании, используя в качестве руководства рис.1. Какие группы заинтересованы в деятельности вашей компании? Как повлияла на вашу стратегию среда, в которой вы действуете?

4. Компании принадлежит 80 % рынка консервированных супов, ежегодный объем продаж которых 1,2 млрд. \$. "Нам необходимо стимулировать желание потребителей почаще ставить на стол тарелки с нашим супом". Какой стратегии интенсивного роста придерживается компания и как она должна добиться достижения поставленной цели?

5. Исследования стилей жизни показали позитивную тенденцию в том, что "приготовление пищи должно занимать как можно меньше времени". Как может такое отношение повлиять на продажи замороженных овощей? Хорошо подумайте, прежде чем ответить.

Раздел 4 Разработка комплекса маркетинга

Тест

1. Торгово-сбытовая логистика-это:

- а) управление транспортировкой и складированием товаров на основе эконометрического моделирования и компьютеризация;
- б) отрасль логистики;
- в) отрасль математике;
- г) нет правильного ответа.

2. Товародвижение -это:

- а) перевозка товаров по железной дороге;
- б) сфера товарного обращения;
- в) перемещение товаров в экономическом и географическом пространстве;
- г) нет правильного ответа.

3. Каналом товародвижения является:

- а) водный путь перевозки товара;
- б) цепочка торговых посредников, через которых проходит товар;
- в) маршрут движения товара в географическом пространстве.

4. Канал нулевого уровня включает:

- а) только оптовых посредников;
- б) только розничных посредников;
- в) исключает участие посредников;
- г) нет правильного ответа.

5. Канал косвенного маркетинга:

- а) предусматривает участие посредников;
- б) не предусматривает участие посредников;
- в) предусматривает отсутствие отношений купли-продажи;
- г) нет правильного ответа.

6. Оптовые торговые предприятия-это:

- а) торговые посредники, занимающиеся куплей-продажей крупных партий товаров;
- б) крупные магазины, продающие товар населению;

в) сеть складских помещений;

г) нет правильного ответа.

7. Дилеры - это:

а) лица, занимающиеся техническим обслуживанием автомобилей;

б) физические или юридические лица, закупающие товар у производителя и продающие его потребителю, а также занимающиеся послеторговым обслуживанием;

в) агенты производителя;

г) нет правильного ответа.

8. Отрицательная роль посредника на рынке:

а) принятие риска, связанного с хранением и продажей товара;

б) доставка товара потребителю;

в) анализ и оценка качества товара;

г) увеличение цены товара;

д) ослабление контроля производителя над рынком.

9. Маркетинговые решения розничного торговца:

а) решение о целевом рынке;

б) организация выборочного распределения товара на рынке;

в) складирование;

г) решение о товарном ассортименте и комплексе услуг;

д) решение о месте размещения предприятия;

е) транспортировка.

10. Предприятие распространяет одежду в тщательно отобранных специализированных магазинах. Оно использует сбытовую стратегию:

а) эксклюзивную;

б) вертикальную;

в) интенсивную;

г) выборочную.

11. Постановка каких целей не включает в себя сбытовая политика предприятия:

- а) анализ возможных каналов распределения;
- б) анализ требований покупателей;
- в) анализ сбытовых издержек;
- г) анализ конкурентов;
- д) анализ рекламных агентств.

12. Если один продавец получает право продавать товар, то это форма сбыта:

- а) интенсивная;
- б) избирательная;
- в) эксклюзивная;
- г) интегрированная;
- д) все ответы верны.

13. Укажите три основные формы специализации сбытовых организаций:

- а) географическая, на базе групп скидок, на базе покупателей;
- б) географическая, на базе продуктов, на базе покупателей;
- в) географическая, на базе продуктов, на базе нормы прибыли;
- г) географическая, на базе типов средств рекламы, на базе покупателей.

14. Канал распределения-это:

- а) способ распространения рекламы;
- б) совокупность организаций и/или лиц, принадлежащими производителю;
- в) с помощью почты;
- г) все ответы верны.

15. При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется:

- а) коммивояжерами фирмы;
- б) магазинами розничной торговли, принадлежащими производителю;
- в) с помощью почты;
- г) все ответы верны.

16. Ширина канала распределения означает:

- а) число посредников на одном уровне канала распределения;
- б) количество реализуемых товарных групп;

в) число уровней канала распределения;

г) нет правильного ответа.

17. Сбытовая политика-это:

а) комплекс мероприятий, осуществляемый фирмой, который призван организовать движение потока товара конечному потребителю;

б) сбыт товара потребителю;

в) комплекс мероприятий по установлению покупательского спроса;

г) нет правильного ответа.

18. Розничный торговец-это:

а) лицо (предприятие), приобретающее значительные количества товаров у различных производителей;

б) физическое или юридическое лицо, которое разделяет крупные партии товаров или услуг на меньшие с целью перепродажи покупателям;

в) лицо (предприятие), непосредственно сбывающее относительно большое количество товаров конечному потребителю и приобретающее товар либо у оптовика, либо у производителя;

г) нет правильного ответа.

19. Брокер-это:

а) работник по договору с предприятием-продавцом, ведущий операции за его счет;

б) торговый посредник, организующий продажу товара, не приобретая его в собственность;

в) лицо, имеющее склад с товарами, которые оно продает от своего имени, но за счет предприятия-производителя;

г) нет правильного ответа.

20. Что не является функцией сбыта:

а) упаковка товара;

б) организация транспортировки товаров;

в) помощь посредникам в организации эффективной продажи товаров;

г) изучение покупательского спроса.

Ответы:

1а	2в	3б	4в	5а	6а	7в	8д	9а	10а
11д	12в	13б	14б	15г	16а	17а	18в	19б	20г

Ситуационные задания

1.Подготовьте список вопросов, на которые следует ответить руководству компании перед началом разработки нового товара или услуги. Разделите вопросы на следующие категории: 1) возможности рынка; 2) условия конкуренции; 3) производство; 4) патентные характеристики; 5) распределение (для товаров) и доставка (для услуг); 6) финансы.

Затем выберите какую-либо идею нового продукта или услуги и ответьте на все поставленные вопросы. Будут ли разработка и испытания новой услуги отличаться от тех же процедур для нового товара?

2.Отбор новых идей в процессе разработки нового товара требует умения мыслить критически и высказывать непредвзятые мнения. На пути разработчиков новинки возникает множество препятствий, замедляющих процесс разработки. Одно из таких препятствий - групповое мышление – склонность членов группы, скорее присоединяться к преобладающим мнениям и настроениям, а не подвергать сомнению сделанные предложения или бросать вызов традиционной мудрости. Еще одно препятствие – рационализация, тенденция членов группы к оправданию прежних неверных решений. Рационализация позволяет каждому члену группы снять с себя личную ответственность за неудачу, распределив ее между всеми членами группы. Вспомните группы, в которых вам приходилось работать и назовите другие препятствия на пути к успеху, с которыми вам приходилось сталкиваться при формировании идей.

3.Какую инвестиционную стратегию должна выбрать каждая компания на ближайшее будущее и перспективу?

Компания	Прибыльность отрасли	Конкурентоспособность компании
А	Относительно прибыльная	Высокая
Б	Неприбыльная	Низкая
В	Средний уровень прибыли	Высокая
Г	Неприбыльная	Высокая

4.Американская маркетинговая ассоциация с 1986 года награждает производителей премией Т. Эдисона за самые удачные потребительские товары. Товары-победители определяются на основании следующих критериев:

- инновационные решения в области маркетинга - инновационная стратегия, позиционирование, реклама, организация продаж, преобразованные в успех на рынке;

- прибыльность и стабильность;

- инновационные решения в области структуры рынка - новаторство в освоении нового рынка или реструктуризация существующего рынка путем создания нового сегмента или доминирования в уже существующем;

- общественная значимость - товар улучшает стиль жизни потребителей и/или служит свободе выбора покупателей.

Выберите пять товаров, которые, по вашему мнению, удовлетворяют вышеперечисленным критериям и обоснуйте ваше решение.

5.Если бы у вас появилась возможность открыть пункт мойки машин с постоянным годовыми издержками в 100 тыс. долл., переменными издержками в сумме 0,5 долл. на каждый вымытый автомобиль, а конкурентная цена, по вашим расчетам, должна составлять 1,50 долл. за автомобиль, вложили бы вы свой капитал в это предприятие?

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Основы права

Раздел 1. Тема 1. Теория государства и теория права

Вопросы:

1. Теории происхождения государства и права.
2. Понятие, признаки и функции государства.
3. Формы государства.
4. Правовое государство.
5. Понятие, признаки и функции права.
6. Структура нормы права. Виды норм права.
7. Соотношение права и государства.
8. Правовой статус личности.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по изучаемой теме.

Тестовые задания:

1. Формализованное общезначимое и общеобязательное правило поведения, имеющее предоставительно-обязывающий характер и санкционированное государством – это:

- а) моральная норма
- б) закон
- в) правовая норма

2. Среди признаков правовой нормы отсутствует:

- а) формальная определенность
- б) общезначимость
- в) наказуемость
- г) предоставительно-обязывающий характер
- д) общеобязательность

3. В общеюридическом смысле под правом понимается:

- а) сфера жизнедеятельности человека
- б) система общеобязательных норм, установленных государством
- в) любая совокупность правил
- г) запрет, за нарушение которого предусмотрена ответственность

4. К функциям права можно отнести:

- а) охранительную функцию
- б) стимулирующую функцию
- в) регулятивную функцию
- г) патристическую функцию

5. Состояние законности в обществе выражает понятие:

- а) система права
- б) норма права
- в) правовое поведение
- г) правовая культура

6. Правотворчество – это деятельность по:

- а) подготовке правовых актов
- б) изданию правовых актов
- в) совершенствованию правовых актов
- г) все вышеперечисленное

7. Правосознание – это:

- а) совокупность взглядов, установок, целостных ориентаций, выражающих отношение отдельных людей и социальных групп к праву
- б) правовое воспитание, формирующее правовые установки, отношения, мотивы деятельности в сфере, регулируемой правом
- в) совокупность поступков, соответствующих нормам права
- г) система идеальных элементов, относящихся к сфере действия права

8. Право возникает одновременно с появлением:

- а) религиозных воззрений
- б) общественных институтов
- в) человека современного типа
- г) государства

9. Императивный метод используется в праве:

- а) гражданском
- б) уголовном
- в) семейном
- г) авторском

Раздел 1. Тема 2. Правовая система и система права. Источники права

Вопросы:

1. Романо-германская правовая система.
2. Англо-американская правовая система.
3. Правовая система стран ислама.
4. Система права России.
5. Понятие и виды источников права.
6. Иерархия нормативных правовых актов.
7. Действие нормативных актов во времени, в пространстве и по кругу лиц.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по изучаемой теме.
2. Выписать примеры нормативных правовых актов по их иерархии в одной из отраслей права.

Темы рефератов и презентаций:

1. Право Европейского Союза.

Тестовые задания:

1. Совокупность правовых норм, специфическим образом регулирующих качественно однородную группу общественных отношений называют:
 - а) конституционным законом
 - б) отраслью права
 - в) кодексом
2. Источником права НЕ является:
 - а) правовой обычай
 - б) судебный прецедент
 - в) нормативно-правовой договор
 - г) моральная норма

3. Принятый в особом порядке акт законодательного органа, регулирующий наиболее важные общественные отношения и обладающий высшей юридической силой можно определить как:

- а) закон
- б) прецедент
- в) указ Президента

4. Судебный прецедент — это:

- а) норма права, содержащаяся в законе
- б) решение по конкретному делу, имеющее силу правовой нормы
- в) правило поведения, сложившееся в силу повторяемости
- г) решение по делу, принятое государственными органами

Раздел 1. Тема 3. Правоотношения и правонарушения

Вопросы:

1. Понятие и состав правоотношения.
2. Участники (субъекты) и объекты правоотношений. Правосубъектность.
3. Объекты и содержание правовых отношений.
4. Понятие и виды юридических фактов.
5. Правонарушение, его признаки и виды.
6. Юридическая ответственность и ее виды.
7. Преступления коррупционной направленности и способы противодействия им.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по изучаемой теме.

Тестовые задания:

1. Способность нести правовую ответственность за совершенные деяния называют:
 - а) правоспособностью
 - б) деликтоспособностью
 - в) дееспособностью
2. Возникающее в результате совершения правонарушения специфическое правовое отношение между государством в лице его правоохранительных органов и правонарушителем образуют:
 - а) государственно-правовую ответственность
 - б) наказание
 - в) юридический статус личности
3. Среди видов юридической ответственности отсутствует:
 - а) уголовная ответственность
 - б) гражданско-правовая ответственность
 - в) конституционная ответственность
 - г) административная ответственность
 - д) дисциплинарная ответственность

Раздел 2. Тема 1. Конституционное право

Вопросы:

1. Понятие, предмет, метод и источники конституционного права.
2. Основы конституционного строя России.
3. Конституционный статус человека и гражданина.
4. Приобретение российского гражданства.
5. Федеративное устройство России.

6. Местное самоуправление. Принципы организации и функции.
7. Законодательная власть в РФ.
8. Избирательное право в РФ. Формирование представительных органов власти.
9. Органы исполнительной власти. Правительство РФ. Президент РФ.
10. Судебная система РФ.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по конституционному праву.
2. Выписать из Конституции Российской Федерации конституционные обязанности человека и гражданина.
3. Составить схему государственной власти в Российской Федерации.
4. Составить таблицу видов и уровней судов в Российской Федерации.

Темы рефератов и презентаций:

1. Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации.
2. Правоохранительные органы РФ: понятие и система.
3. Всеобщая Декларация прав человека (1948 г.).

Тестовые задания:

1. Отрасль права, регулирующая основные принципы организации государства, а также принципы его взаимодействия с важнейшими социальными субъектами – человеком и обществом, называется:
 - а) уголовное право
 - б) гражданское право
 - в) конституционное право
2. Под системой общественных отношений, основанной на подчинении государственной власти основным принципам, установленным Конституцией страны, понимается:
 - а) государственный суверенитет
 - б) конституционный строй
 - в) демократия
3. Согласно Конституции РФ по форме правления Россия является:
 - а) республикой
 - б) федерацией
 - в) монархией
4. Согласно Конституции РФ по форме территориального устройства Россия является:
 - а) монархией
 - б) федерацией
 - в) конфедерацией
5. Устойчивая правовая связь человека с государством, выражающаяся в совокупности их взаимных прав, обязанностей и ответственности, основанная на признании и уважении достоинства, основных прав и свобод человека называется:
 - а) государственным суверенитетом
 - б) гражданством
 - в) конституцией
6. Какой из видов субъектов федерации НЕ представлен в Российской Федерации:
 - а) область
 - б) автономная область
 - в) автономный край
 - г) город федерального значения
 - д) край

7. Какая из перечисленных ниже функций присуща Президенту РФ:

- а) разрешение споров о праве между наиболее крупными юридическими лицами и государственным аппаратом
- б) обеспечение согласованного функционирования и взаимодействия органов государственной власти
- в) руководство Правительством РФ

8. Законодательная власть в Российской Федерации представлена:

- а) Государственной Думой РФ
- б) Федеральным Собранием РФ и законодательными представительными органами субъектов РФ
- в) Федеральным Собранием РФ

9. Каков нижний возрастной порог для избрания в Государственную Думу РФ:

- а) 18 лет
- б) 21 год
- в) 25 лет

10. Какому органу власти Российской Федерации принадлежит право роспуска Государственной Думы:

- а) Президенту РФ
- б) Правительству РФ
- в) Конституционному суду РФ

11. Выберите наиболее верное, на Ваш взгляд, выражение:

- а) Председатель Правительства РФ назначается Президентом РФ
- б) Председатель Правительства РФ назначается Советом Федерации Федерального Собрания РФ
- в) Председатель Правительства РФ назначается Президентом РФ с согласия Государственной Думы РФ

12. Правительство РФ является органом:

- а) исполнительной власти
- б) законодательной власти
- в) судебной власти

13. Лица, наделенные в конституционном порядке полномочиями осуществлять правосудие в РФ и исполняющие свои обязанности на профессиональной основе, называются:

- а) присяжными заседателями
- б) судьями
- в) прокурорами

14. Неприкосновенность судьи, в частности, означает, что:

- а) против него не может быть возбуждено уголовное дело
- б) он не может быть переведен на другую должность без его согласия
- в) уголовное дело в отношении судьи может быть возбуждено только Генеральным прокурором РФ

15. Судьи Конституционного суда РФ назначаются на должность:

- а) Президентом РФ по представлению Верховного суда РФ

- б) Советом Федерации по представлению Президента РФ
- в) Государственной Думой РФ по представлению Правительства РФ

Раздел 2. Тема 2. Административное право

Вопросы:

1. Понятие административного права: предмет, метод, система и принципы.
2. Источники административного права.
3. Административная ответственность.
4. Государственная и муниципальная служба.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по административному праву.

Тестовые задания:

1. Административный проступок – это:
 - а) нарушение общественного порядка
 - б) нарушение порядка деятельности трудового коллектива
 - в) нарушение воинской дисциплины
 - г) проступки, связанные с выполнением служебных обязанностей
2. Отношения между человеком и исполнительной властью регулирует право:
 - а) конституционное;
 - б) гражданское;
 - в) административное;
 - г) публичное.

Раздел 2. Тема 3. Гражданское право

Вопросы:

1. Понятие, предмет, метод, принципы, система и источники гражданского права.
2. Субъекты и объекты гражданских правоотношений.
3. Право собственности и другие вещные права.
4. Понятие и виды сделок.
5. Защита гражданских прав и гражданско-правовая ответственность.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по гражданскому праву.

Темы рефератов и презентаций:

1. Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Российской Федерации.

Тестовые задания:

1. Какие из нижеперечисленных личных неимущественных прав НЕ регулируются гражданским правом:
 - а) право на товарный знак
 - б) право на честь, достоинство, деловую репутацию
 - в) пассивное избирательное право
2. Способность своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права, создавать для себя гражданские обязанности и исполнять их называется:
 - а) правоспособностью
 - б) деликтоспособностью
 - в) дееспособностью
3. Возрастом наступления полной дееспособности в РФ по общему является:
 - а) 16 лет
 - б) 18 лет

в) 14 лет

4. Какое имущество НЕ считается недвижимым?

- а) земельные участки
- б) воздушные и морские суда
- в) грузовые автомобили
- г) участки недр

5. В триаде правомочий собственника отсутствует:

- а) право владения
- б) право пользования
- в) право хозяйственного ведения
- г) право распоряжения

6. К вещным правам в гражданском праве НЕ относится:

- а) право пожизненного наследуемого владения земельным участком
- б) сервитуты
- в) право оперативного управления имуществом
- г) право на свободное занятие предпринимательской деятельностью

7. Потребитель, которому был продан товар ненадлежащего качества, лишен права по своему выбору потребовать:

- а) безвозмездного устранения недостатков товара и возмещения расходов на их устранение
- б) соразмерного уменьшения покупной цены
- в) компенсацию морального вреда, причиненного приобретением недоброкачественного товара независимо от вины продавца
- г) замены на товар аналогичной марки (модели, артикула)
- д) замены на такой же товар другой марки с соответствующим пересчетом цены
- е) расторжения договора купли-продажи и возврата уплаченной цены товара

Раздел 2. Тема 4. Наследственное право

Вопросы:

1. Понятие, предмет, метод, принципы, источники наследственного права.
2. Наследование по завещанию.
3. Наследование по закону.
4. Приобретение наследства. Отказ от наследства.
5. Виды исков о наследстве.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по наследственному праву.

Тестовые задания:

1. При отсутствии завещания наследование регулируется положениями:

- а) СК РФ
- б) УК РФ
- в) ГК РФ
- г) ГПК РФ

2. Не входят в состав наследства:

- а) имущественные права и обязанности
- б) ценные бумаги
- в) права и обязанности, неразрывно связанные с личностью наследодателя
- г) вещи, имущественные и неимущественные права и обязанности

3. Основанием возникновения наследования по закону является:
- а) наличие родства с наследодателем
 - б) относимость степени родства наследника к определенной очереди наследников, призываемых к принятию наследства
 - в) завещание, составленное наследодателем
 - г) все указанное в п. «а» и «б»
4. В роли наследодателя могут выступать:
- а) физические лица
 - б) юридические лица
 - в) муниципальные образования
 - г) международные организации
5. Не имеют права на составление завещания граждане:
- а) недееспособные и ограниченно дееспособные
 - б) находящиеся под патронажем
 - в) эмансипированные
 - г) несовершеннолетние, вступившие в брак

Раздел 2. Тема 5. Трудовое право

Вопросы:

1. Понятие, предмет, метод, система и источники трудового права.
2. Трудовой договор.
3. Рабочее время и время отдыха.
4. Дисциплина труда.
5. Трудовые споры.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по трудовому праву.

Тестовые задания:

1. Одна из отраслей российского права, призванная регулировать отношения между работодателем и работником по поводу использования способностей работника к труду называется:
 - а) трудовое право
 - б) гражданское право
 - в) административное право
2. Нормальная продолжительность рабочего времени не может превышать:
 - а) 40 часов в неделю
 - б) 45 часов в неделю
 - в) 35 часов в неделю
3. Какой вид отдыха НЕ предусмотрен российским трудовым законодательством:
 - а) перерывы в течение рабочего дня (смены)
 - б) ежедневный (междусменный) отдых
 - в) перерывы на социальную адаптацию
 - г) выходные дни (еженедельный непрерывный отдых)
 - д) нерабочие праздничные дни
 - е) отпуска
4. Какой вид дисциплинарного взыскания отсутствует в Трудовом кодексе РФ:
 - а) замечание

- б) принудительная отработка
- в) выговор
- г) увольнение по соответствующим основаниям

Раздел 2. Тема 6. Семейное право

Вопросы:

1. Понятие, предмет, метод, система и источники семейного права.
2. Брак.
3. Права и обязанности супругов.
4. Права и обязанности родителей и детей.
5. Опекa и попечительство.

Задания:

1. Подготовить словарь юридических терминов по семейному праву.

Темы рефератов и презентаций:

1. Уполномоченный по правам ребенка в Российской Федерации.

Тестовые задания:

1. Брак в Российской Федерации на основании Семейного Кодекса РФ допускается:
 - а) между мужчиной и женщиной
 - б) между лицами любого пола, но это не влечет изменения их имущественного положения
 - в) между мужчиной и несколькими женщинами, если это разрешено законодательством субъекта федерации
2. В соответствии с Семейным Кодексом РФ, супруг, который в период брака осуществлял ведение домашнего хозяйства и не имел самостоятельного дохода:
 - а) не принадлежит право на совместную собственность
 - б) право на совместную собственность принадлежит наравне с другим супругом
 - в) право на совместную собственность принадлежит наравне с другим супругом, только если это предусмотрено брачным договором
3. Какие отношения супругов могут быть урегулированы брачным договором:
 - а) любые отношения по соглашению супругов
 - б) имущественные отношения и личные неимущественные отношения, если это не выходит за рамки, предусмотренные Конституцией РФ
 - в) исключительно имущественные отношения
4. В случае, когда оба супруга, имеющие несовершеннолетних детей, согласны на расторжение брака, оно производится:
 - а) органом ЗАГС
 - б) судом
 - в) органом ЗАГС или судом по усмотрению супругов
5. Родители (один из них) НЕ могут быть лишены родительских прав, если они:
 - а) уклоняются от выполнения обязанностей родителей, в том числе при злостном уклонении от уплаты алиментов
 - б) злоупотребляют своими родительскими правами
 - в) являются больными хроническим алкоголизмом или наркоманией
 - г) в течение длительного времени не имеют достаточных средств для обеспечения ребенка на уровне прожиточного минимума
 - д) совершили умышленное преступление против жизни или здоровья своих детей/супруга

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Основы рекламы

Тема 1 Реклама в системе массовых коммуникаций.

1. Основные термины и понятия. Классификация и типология рекламы.
2. Специфические виды рекламы: местная реклама, корпоративная реклама, некоммерческая реклама, международная реклама, социальная и политическая реклама.
3. Процесс рекламной деятельности, основные его этапы.
4. Маркетинговые исследования – предпосылка эффективной рекламы.
5. Особенности, тенденции и перспективы рекламного дела на рынках промышленно-развитых стран.

Тема 2 Принципы организации рекламы.

1. Социально-психологические основы рекламы
2. Психология рекламы: основные понятия
3. Мотивы, используемые в рекламных коммуникациях
4. Тестемониум в рекламе

Тема 3 Рекламное обращение, его основные особенности.

1. Понятие рекламного обращения, основные этапы и технологии процесса его разработки .
2. Содержание, форма и структура рекламного обращения
3. Содержание рекламного сообщения
4. Форма рекламного сообщения
5. Структура рекламного обращения

Тема4 Социальная и политическая реклама.

1. Современная зарубежная социальная реклама
2. История социальной рекламы в России
3. Современная социальной рекламы в России
4. Правовые аспекты социальной рекламы

5. Сущность, цель, предмет, задачи, функции и виды политической рекламы Современная зарубежная политическая реклама
6. Советская политическая реклама
7. Политическая реклама в России постсоветского периода
8. Правовые аспекты политической рекламы.

Тема5 Психология рекламы.

1. Социально-психологические основы рекламы
2. Психология рекламы: основные понятия
3. Мотивы, используемые в рекламных коммуникациях
4. Тестемониум в рекламе .

Тема 6 Эффективность рекламы.

1. Основные понятия и подходы к управлению рекламой
2. Информационное обеспечение рекламы
3. Основные информационные подсистемы рекламной деятельности
Рекламные исследования
4. Планирование рекламной деятельности
5. Система планирования рекламной деятельности как элемент маркетингового планирования .
6. Формирование рекламной политики и рекламной стратегии
7. Организация рекламного процесса, его структура и участники
8. Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности . Организация рекламодателя
9. Рекламные агентства
- 10.Рекламная кампания

Тема 7 Основные этапы развития рекламы.

1. Реклама и ее культурно-историческое значение в жизни общества.
Исторические корни и основные этапы развития рекламы.
2. Виды рекламы. История развития видов рекламы.
3. Американская реклама в начале XX века.
4. Реклама в эпоху Средневековья.

5. Французская реклама в XIX - начале XX века.
 6. Реклама в эпоху Возрождения.
 7. Рекламная деятельность в России в XVII - XVIII вв.
 8. Формирование национальных рекламных структур в США, Англии, Франции во II половине XIX-начале XX вв.
 9. Западноевропейская реклама в начале XX века: основные тенденции развития.
 10. Политический плакат. История политического плаката.
- Первые рекламные агентства в России

Тема 8 Особенности использования основных медиаканалов рекламы.

1. Понятие медиаканала: критерии анализа и выбора средств распространения рекламы.
2. Особенности использования основных медиаканалов рекламы: достоинства и недостатки.
3. Реклама в прессе.
4. Печатная (полиграфическая) реклама.
5. Экранная реклама.
6. Реклама на радио.
7. Наружная реклама.
8. Реклама в компьютерных сетях (Internet).
9. Обзор "новейших" медиаканалов.

Тема 9 Рекламный менеджмент.

1. Реклама в современном мире и проблемы управления в рекламном бизнесе.
2. Структура взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства с позиций теории управления.
3. Цели, задачи, функции и стратегия развития рекламного менеджмента. Организация рекламной кампании.
4. Социально-этические аспекты и правовые нормы регулирования рекламной деятельности.
5. Особенности рекламного менеджмента в СМИ.
6. Редакционный менеджмент.

Тема 10. Особенности работы рекламного агентства.

1. Рекламные агентства: структура, классификация. Особенности выбора рекламного агентства.

2. Рекламное агентство и его структура
3. Классификация рекламных агентств.
4. Выбор рекламного агентства.

Тема 11. Специфика креативной деятельности в рекламе.

1. Понятие креатив.
2. Чем креатив отличается от творчества.
3. Креатив как искусство.
4. Креатив в рекламе.
5. Основные этапы креатива в рекламе.
6. Роль креатива.
7. Значение креатива.

Тема 12. Планирование рекламной деятельности.

1. Основные задачи, содержание и элементы планирования рекламной деятельности
2. Этапы рекламного планирования.
3. Маркетинговые исследования.
4. Управление и контроль.

Тема 13. Журналистика, реклама и Паблик Рилейшнз

1. Задачи журналистики, реклама и Паблик Рилейшнз.
2. Основные средства журналистики, реклама и Паблик Рилейшнз.
3. Профессии журналистики, реклама и Паблик Рилейшнз.
4. Жанры журналистики, реклама и Паблик Рилейшнз.
5. Общее и различное журналистики, реклама и Паблик Рилейшнз.

Контрольные вопросы

1. Охарактеризуйте экономическую и социальную роль рекламы.
2. Назовите основные элементы системы маркетинговых коммуникаций.
3. Назовите известные вам коммуникативные характеристики рекламы и приведите свои примеры, которые иллюстрировали их коммуникацию.

4. В чем различия между брэндом и торговой маркой. Между брэндингом и фирменным стилем.
5. Какие элементы фирменного стиля вы можете назвать.
6. Почему решение о регистрации ТЗ является коммерческой тайной его владельца.
7. Каковы основные причины, способствовавшие разработке концепции интегрированной маркетинговой коммуникации.
8. Прокомментируйте приоритетность основных средств СМК по критерию эффективности воздействия на различные типы клиентурных рынков.
9. Почему по своему воздействию на получателя экранная реклама превосходит большинство других медиаканалов.
10. В чем особенности анимационной рекламы.
11. Назовите недостатки экранной рекламы.
12. Проиллюстрируйте преимущества печатной рекламы на конкретном примере.
13. В чем различия печатной рекламы от рекламы в прессе.
14. Назовите известные вам типы периодических изданий.
15. Почему радио – один из наиболее эффективных каналов коммуникаций на местную аудиторию.
16. Чем объясняется столь стремительные темпы развития Интернет–рекламы.
17. Почему использование одного медиаканала в отдельности, как правило, не является эффективным.
18. Каковы основные задачи медиапланирования.
19. В чем основные причины необходимости существования системы рекламного менеджмента.
20. Какие факторы влияют на формирование бюджета рекламы в организации в максимальной мере.
21. Почему даже крупнейшие рекламодатели не могут обойтись без услуг рекламных агентств.
22. Определение, значение и содержание рекламы.
23. Назовите основные сферы и направления деятельности рекламной службы.
24. Дайте определение понятиям «общественность» и «общественное мнение».
25. Значение маркетинговых коммуникаций в теории и практике менеджмента.
26. Сущность коммуникаций как сферы деятельности и области знаний.
27. Цвет в рекламе.
28. Дайте характеристику основных видов вербальных коммуникаций.
29. Назовите правила составления текстовых материалов.
30. Значение неречевых коммуникаций в управлении.
31. Назовите функции массовых коммуникаций.
32. Назовите основные информационные агентства, работающие в Москве.
33. Основные принципы работы рекламной службы со СМИ.

Тест.

1. Информационная функция рекламы:

- а) распространение в массовом масштабе информации о товаре или услуге, их характере, месте продажи и т.п.;
- б) стимулирование сбыта товаров и услуг, а также вложения инвестиций;
- в) формирование общественного сознания, усиление коммуникативных связей в обществе и улучшение условий жизни.

2. Протореклама - это:

- а) устная информация, содержащая элементы стимулирования, убеждения людей в целесообразности определенных действий;
- б) транспарант или планшет треугольной либо прямоугольной формы, который вывешивали в местах продажи;
- в) широко используемая в рекламе художественная практика, применяющая линию и штрих, а также пятно, светотень, белый или черный фон листа.

3. Глашатай - это:

- а) мелкий купец и ремесленник, политик или служитель религиозного культа;
- б) организатор зрелищ и представлений;
- в) специально нанятый торговцем человек, в чьи обязанности входило нахваливать товар и зазывать покупателей.

4. Вывеска - это:

- а) основной элемент фирменного стиля компании;
- б) один из главных элементов витринной рекламы и фирменного стиля, выполняющий также роль указателя для посетителей организации;
- в) блестящая, радужная голографическая этикетка с трехмерным изображением.

5. Кто является инициатором рекламного процесса?

- а) рекламодатель;
- б) рекламопроизводитель;
- в) потребитель;
- г) рекламоагент.

6. Кто является адресатом рекламного воздействия?

- а) рекламопроизводитель;
- б) рекламоагент;
- в) потребитель.

7. Рекламные агентства - это:

- а) профессиональные организации, специализирующиеся на проведении рекламных исследований, разработке планов рекламной деятельности и проведении отдельных кампаний, разработке и подготовке рекламных материалов и т.д.;
- б) союзы творческих деятелей, специализирующихся на создании гениальной рекламной идеи;

в) группа специалистов, занимающихся снабжением рекламного текста фотографиями, рисунками, символическими элементами, схемами, диаграммами и другими иллюстрациями.

8. К рекламным агентствам по оказанию полного цикла услуг относятся:

- а) достаточно крупные фирмы, которые оказывают спектр рекламных услуг от разработки идеи до ее воплощения и последующего размещения отдельных материалов в средствах массовой информации;
- б) агентства, которые закупают большие объемы времени (телевизионного или радиоэфира) и площади (газет, журналов, щитов наружной рекламы) у средств распространения рекламы со значительной скидкой;
- в) агентства, которые обычно входят в структуру средств распространения рекламы и занимаются продажей рекламного пространства.

9. Медиабайеры предоставляют следующие услуги:

- а) оплачивают рекламный процесс;
- б) занимаются разработкой рекламной кампании;
- в) закупают рекламное пространство в средствах распространения рекламы;
- г) продают рекламное пространство средств распространения рекламы.

10. Потребители рекламы - это:

- а) только физические лица, получившие рекламную информацию;
- б) традиционно к ним относят телевидение, радио и прессу;
- в) физические или юридические лица, до сведения которых должна доводиться необходимая рекламная информация.

11. Одна из ключевых функций государства в рекламном процессе:

- а) запрещение распространения больших объемов рекламы;
- б) разработка правил создания и производства рекламной продукции;
- в) разработка ключевых установок в рамках данного рынка.

12. Основной вид телевизионной рекламы:

- а) радиоспот;
- б) ролик;
- в) баннер.

13. Бегущая строка - это:

- а) объявления дикторов с рекламными предложениями;
- б) текстовая строка внизу кадра, движущаяся, как правило, справа налево и передающая информацию;
- в) заставка перед началом или после окончания программы с логотипом фирмы-рекламодателя.

14. Продолжительность радиоклипа варьируется:

- а) от одной до трех минут;
- б) от пяти секунд до одной минуты;
- в) от трех минут и более.

15. Рубричная реклама - это:

- а) сообщения торгового или информационного характера, объединенные на страницах изданий по определенным признакам;
- б) группа рекламных модулей, размещенная на одной странице печатного издания;

в) компактные рекламные объявления, на которые устанавливаются специальные тарифы.

16. Наиболее распространенный в крупных городах вид наружной рекламы:

- а) щит 3×6 метров;
- б) многостраничное объявление;
- в) пневмофигуры.

17. Основная функция менеджера по рекламе:

- а) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- б) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы;
- в) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции.

18. Основная функция копирайтера:

- а) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- б) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции;
- в) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.

19. Основная обязанность экаунт-менеджера:

- а) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции;
- б) контроль над всем процессом реализации рекламных проектов;
- в) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.

20. Самое известное и значимое мероприятие в мировой рекламной жизни:

- а) фестиваль социальной рекламы;
- б) фестиваль «Идея!»;
- в) фестиваль «Каннские львы».

21. Медиабайер - это:

- а) менеджер по размещению рекламных сообщений в средствах массовой информации;
- б) агент по приобретению рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы;
- в) специалист по планированию графика размещения рекламных сообщений в средствах массовой информации.

22. Основной нормативный правовой документ, который регулирует отношения по производству, размещению и распространению рекламы:

- а) свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации;
- б) Закон РФ «О рекламе»;
- в) Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах»;
- г) налоговая декларация юридического лица, занятого производством и распространением рекламного продукта.

23.Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:

- а) Правительство РФ;
- б) федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;
- в) органы внутренних дел.

24.Буклет представляет собой:

- а) малоформатное несфальцованное недорогое издание;
- б) многостраничное, сброшюрованное и хорошо иллюстрированное издание небольшого формата;
- в) сфальцованное и, как правило, многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание.

25.Процарапывание на стенах домов жителями античного города различных надписей получило название:

- а) граффити;
- б) альбум;
- в) милиарии.

26.Печатный станок изобрел;

- а) Б. Франклин;
- б) И. Гутенберг;
- в) Б. Батдольд.

27.Рекламный процесс представляет собой:

- а) процесс создания рекламной продукции;
- б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
- в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю.

28.Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей - это:

- а) социальная реклама;
- б) бизнес-реклама;
- в) имиджевая реклама.

29.Брандмауэр - это:

- а) крупноформатные отдельно стоящие конструкции с внешней подсветкой;
- б) крупные рекламные конструкции, расположенные на глухих стенах зданий, свободных от окон;
- в) отдельно стоящая раскладная и выносная конструкция, располагающаяся вблизи от рекламируемого объекта.

30.Реклама от имени правительства:

- а) носит в основном коммерческий характер;
- б) осуществляется в целях популяризации определенных общегосударственных программ;
- в) носит некоммерческий характер и способствует утверждению социально значимых принципов и достижению определенных целей в сфере общественной жизни;

г) используется как инструмент пропаганды определенных политических идей, партий, деятелей и т.п.

31. По направленности на аудиторию выделяют:

- а) рекламу потребительских товаров, бизнес-рекламу;
- б) селективную, массовую рекламу;
- в) товарную, престижную рекламу;
- г) информативную, увещательную рекламу.

32. Основной задачей увещательной рекламы является:

- а) убеждение покупателя приобрести рекламируемый товар;
- б) формирование осведомленности и знания о новом товаре;
- в) удержание в памяти потребителей информации о товаре;
- г) создание уникального образа фирмы.

33. Под BTL-рекламой понимается:

- а) реклама, публикуемая в таких средствах распространения, как пресса, радио, телевидение, кино, наружная реклама и реклама на транспорте;
- б) реклама, по форме представляющая собой агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар и рассчитанная на краткосрочную перспективу;
- в) реклама, которая используется как инструмент пропаганды определенных политических идей, партий, деятелей и т.п.;
- г) творческая реклама, предполагающая создание оригинального продукта, а не его простого размещения в СМИ.

34. Первые американские рекламные агентства специализировались:

- а) на составлении рекламных обращений;
- б) на проведении рекламных исследований;
- в) на перепродаже газетных площадей рекламодателям.

35. В какой стране были установлены первые афишные тумбы?

- а) в Германии;
- б) в Англии;
- в) во Франции;
- г) в США.

36. Латинский глагол *reclamare* означает:

- а) кричать, выкрикивать;
- б) рекламировать;
- в) рассказывать всем;
- г) распространять.

37. Фотофильмы (или слайд-фильмы) - это:

- а) рекламные кино- или видеоролики продолжительностью от нескольких секунд до 2-3 мин., демонстрируемые по телевидению;
- б) череда стоп-кадров, использующаяся при рекламе определенных видов продукции;
- в) транслируемые в сопровождении музыки и дикторского текста различные неподвижные рисованные или фотографические рекламные сюжеты, которые заполняют паузы между различными телепередачами;
- г) скрытая реклама.

38. Традиционно в прессе лидирует реклама:

- а) автотранспорта, недвижимости, услуг по туризму и отдыху, печатных изданий и полиграфии, торговых организаций;
- б) пива, прохладительных напитков, моющих и чистящих средств, средств по уходу за волосами, услуг сотовой связи;
- в) массовых зрелищ, услуг сотовой связи, печатных изданий;
- г) молочных продуктов, табака и табачных изделий, пива.

39. Высокое качество исполнения и цветопередачи, длительность существования, многочисленность «вторичных читателей», престижность - это преимущества:

- а) журналов;
- б) газет;
- в) буклетов;
- г) каталогов.

40. Обращения представителей фирмы-рекламодателя к радиослушателям с соответствующими предложениями или разъяснениями:

- а) объявления;
- б) выступления;
- в) радиорепортажи;
- г) имиджевый аудиоролик.

41. Рекламные конструкции, периодически меняющие изображение путем поворота треугольных элементов, на которые нанесена реклама - это:

- а) суперсайты;
- б) призматроны;
- в) брендмауэры;
- г) штендеры.

42. Отдельно стоящая выносная и раскладная конструкция из фанеры, картона, пластика или металла, располагающаяся вблизи от рекламируемого объекта - это:

- а) призматрон;
- б) штендер;
- в) брендмауэр;
- г) билборд.

43. Менеджмент в рекламе:

- а) предполагает организацию деятельности компании по ее продвижению с учетом анализа рынка;
- б) направлен на организацию рекламной деятельности предприятий и координацию взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- в) связан с разработкой и созданием рекламного продукта.

44. Психологическая роль рекламы обусловлена тем, что реклама:

- а) принимает активное участие в формировании системы оценки человека окружающей среды и самооценки, характера реакций на различные раздражители;
- б) является зеркалом тенденций в моде и дизайне, вносит вклад в наши эстетические представления;

- в) способствует повышению жизненного уровня населения, формирует культурный, правовой и экономический менталитет каждого члена общества;
- г) ускоряет адаптацию нового и не опробованного товара, а также процесс достижений научно-технического прогресса в реальную жизнь.

45. Классификация рекламы по предмету рекламной коммуникации:

- а) товарная;
- б) стимулирующая сбыт;
- в) радиореклама;
- г) формирующая спрос.

46. Экономическая цель рекламы:

- а) сокращение сроков вывода на рынок нового товара или услуги;
- б) повышение уровня известности на рынке;
- в) изменение имиджа;
- г) выделение собственных товаров среди конкурентов.

47. К основным характеристикам рекламы не относится:

- а) платность;
- б) персонифицированность;
- в) опосредованность;
- г) увещательность.

48. Черта рекламы, обязывающая организатора рекламного мероприятия приводить сведения о товарах, их качестве, достоинствах и преимуществах, соответствующие действительности, - это:

- а) конкретность рекламы;
- б) правдивость рекламы;
- в) гуманность рекламы;
- г) компетентность рекламы.

49. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии вывода нового товара на рынок:

- а) информативная реклама;
- б) увещательная реклама;
- в) напоминающая реклама.

50. По способу воздействия бывает реклама:

- а) жесткая, мягкая;
- б) зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая;
- в) увещательная, напоминающая;
- г) селективная, массовая.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Основы связей с общественностью

Тема Становление связей с общественностью как области знаний и сферы деятельности.

1. Развитие Пр деятельности в США.
2. Развитие массовой прессы.
3. Массовое производство и массовые коммуникации.
4. Информационное общество и глобальные коммуникации.

Тема Основы коммуникации в ПР.

1. Определение коммуникации.
2. Функция пр в современных коммуникациях.
3. Вербальные коммуникации в ПР.
4. Невербальные коммуникации в ПР.
5. Правила составления ПР документов.

Тема Организация специальных событий.

1. Церемонии открытия.
2. Приемы.
3. Презентации.
4. Конференции.
5. Дни открытых дверей.
6. «Круглые столы».
7. Выставки.

Тема Отношения с потребителями.

1. Цели отношений с потребителями.
2. Продвижение товаров и услуг.
3. Офис разбора претензий

Тема Отношения с занятыми.

1. Рост значимости отношений с занятыми.
2. Принципы современных коммуникаций с занятыми.
3. Средства внутриорганизационных коммуникаций.

Тема Управление кризисом.

1. Подготовка к кризису и его начало.
2. Проблемы управления кризисом.
3. Коммуникации в ситуации кризиса.
4. Рекомендации по успешному преодолению кризиса.
5. Проверка готовности к кризису.

Тема Отношения с государством и местной общественностью.

1. Лоббирование.
2. Комитеты политического действия.
3. Работа с местными органами госуправления и местной общественностью.
4. Советы лоббистам.

Тема Паблик Рилейшнз как функция менеджмента.

1. Паблик Рилейшнз (ПР) как функция менеджмента.
2. Определение, значение и содержание ПР.
3. Общественность и общественное мнение.

Тема Отношения со средствами массовой информации.

1. Массовые коммуникации и средства массовой информации.
2. Общие правила отношений с СМИ.
3. Работа с прессой.
4. Работа с радио и телевидением.
5. Интернет в ПР.

Тема Вербальные коммуникации в ПР. Невербальные коммуникации

1. Публичные выступления.
2. Правила составления текстовых материалов.
3. Роль невербальных средств в ПР.

Тема Комплексные направления ПР

1. Паблсити.
2. Имидж.

Тема Журналистика, реклама и Паблик Рилейшнз.

1. Правовые нормы функционирования рекламы и ПР в СМИ
2. Реклама в СМИ
3. ПР в СМИ

Тест для проведения текущей аттестации

№1. PR-это использование информации для влияния на: Выбор единственно правильного ответа

1. общественное мнение
2. государственные органы власти
3. средства массовой информации
4. покупателей

№2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества? Выбор единственно правильного ответа

1. с начала XVIII века
2. с начала XIX века
3. с начала XX века
4. с начала XXI века

№3 Что используется в PR для влияния на общественное мнение? Выбор единственно правильного ответа

1. информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

№ 4. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"? Выбор единственно правильного ответа

1. Деном Форрестолом
2. Томасом Джефферсоном
3. Джоржем Бушем младшим
4. Семом Блейком

№ 5. Что является главной целью PR? Выбор единственно правильного ответа

1. изменение общественного мнения
2. повышение уровня продаж

3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

№ 6. PR – это (выберите единственное верное определение) Выбор единственно правильного ответа

1. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.
2. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность
3. особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью
4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

№7 Основными средствами передачи информации в PR .коммуникациях являются: Выбор единственно правильного ответа

1. средства связи
2. средства массовой информации
3. службы PR
4. общественность

№8. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации: Выбор единственно правильного ответа

1. телевидение
2. филиалы организации на местах
3. телеграфное агентство
4. радио

№9. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе: Выбор единственно правильного ответа

1. новостной релиз
2. пресс-релиз
3. стрингер
4. медиа-кит

№ 10. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации : Выбор единственно правильного ответа

1. Телевидение
2. Радио
3. Пресса
4. Интернет

№11. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью:

Выбор единственно правильного ответа

1. Кодекс ИПРА (IPRA)
2. Кодекс этики государственных служащих
3. Трудовой кодекс
4. Гражданский кодекс
5. Административный кодекс

№ 12. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов": Выбор единственно правильного ответа

1. финансовые
2. материальные
3. этические
4. гражданские

№ 13 . В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR? Выбор единственно правильного ответа

1. Существуют в виде кодексов профессионального поведения
2. Существуют в виде государственных стандартов качества
3. Существуют в виде законодательно установленных правил

№ 14. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании

№ 15. PR-кампания-это: Выбор единственно правильного ответа

1. компания PR специалистов
2. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
4. заседание совета журналистов

№ 16. Бюджет PR кампании - это: Выбор единственно правильного ответа

- 1) сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности
- 2) сумма, которую закладывает организация на покупку средств массовой информации
- 3) сумма, которую закладывает организация на административно-хозяйственные расходы
- 4) сумма, которую закладывает организация на социальные нужды

№ 17. "Политическая PR кампания является: Выбор единственно правильного ответа

- 1) видом PR кампании
- 2) средством PR кампании
- 3) целью PR кампании
- 4) средством массовой информации

№ 18. Укажите правильную последовательность этапов PR кампании: Выбор единственно правильного ответа

- 1) планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании
- 2) планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании
- 3) определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании
- 4) анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании

№ 19. Что относится к одной из самых важная задача PR специалистов? Выбор единственно правильного ответа

- 1) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия
- 2) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис
- 3) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства
- 4) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании

№ 20. Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации: Выбор единственно правильного ответа

- 1) да, отличаются
- 2) нет, не отличаются
- 3) иногда цели совпадают
- 4) иногда цели не совпадают

№ 21. Устойчивый образ организации в представлении групп общественности - это: Выбор единственно правильного ответа

- 1) определение рекламы
- 2) определение имиджа

- 3) определение PR
- 4) определение товара

№ 22. Избирательная кампания – это: Выбор единственно правильного ответа

- 1) процесс сбора информации о регионе, где баллотируется кандидат
- 2) комплексный процесс по подготовке к выборам
- 3) процесс организации встреч с избирателями
- 4) процессы явления адресных групп кандидата

№ 23. Годовое собрание акционеров является: Выбор единственно правильного ответа

- 1) политическим PR
- 2) корпоративным мероприятием компании
- 3) мероприятием по выходу из кризисной ситуации
- 4) социальным PR

№ 24. Одной из задач государственного PR является: Выбор единственно правильного ответа

- 1) обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти
- 2) обеспечение населения регулярной информацией о чрезвычайных происшествиях на дорогах
- 3) обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье
- 4) обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов семей

№ 25. Укажите правильную последовательность этапов исследования: Выбор единственно правильного ответа

- 1) анализ информации - разработка программы исследований - сбор информации - формулировка выводов
- 2) разработка программы исследований - формулировка выводов - сбор информации - анализ информации
- 3) определение цели исследования - разработка программы исследований - сбор информации - анализ информации - формулировка выводов
- 4) сбор информации - разработка программы исследований - анализ информации - формулировка выводов

№ 26. Информационный повод пресс-конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для: Выбор единственно правильного ответа

- 1) сотрудников PR служб
- 2) журналистов
- 3) органов власти
- 4) специалистов

№ 27. Что из перечисленного ниже не имеет прямого отношения к пресс-конференции: Выбор единственно правильного ответа

- 1) пресс-папье
- 2) пресс-секретарь
- 3) пресс-кит
- 4) пресс-релиз

№ 28. Совокупность мнений индивидов относительно общей проблемы, затрагивающей интересы какой-либо группы людей - это: Выбор единственно правильного ответа

- 1) пресс- кит
- 2) общественное мнение
- 3) результат исследований

№ 29. Демографический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам: Выбор единственно правильного ответа

- 1) по психологическим характеристикам
- 2) по полу, возрасту и т.п.
- 3) по территориальным границам
- 4) по образу жизни

№ 30. PR-это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между: Выбор единственно правильного ответа

- 1) организацией и службами рекламы
- 2) организацией и средствами массовой информации
- 3) организацией и ее общественностью
- 4) организацией и службами PR

№ 31. Какое из средств массовой информации является самым массовым:

- 1) радио
- 2) телевидение
- 3) пресса

№ 32. Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется: Выбор единственно правильного ответа

- 1) черный PR
- 2) клевета (диффамация)
- 3) голубой PR

4) красный PR

№ 33. Директ-мэйл - это: Выбор единственно правильного ответа

- 1) веб-сайт директора компании
- 2) прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам
- 3) электронное письмо другу
- 4) электронный адрес

№ 34. Подготовка граждан к жизни и работе в информационном обществе является одной из задач: Выбор единственно правильного ответа

- 1) PR служб
- 2) государственной информационной политики
- 3) СМИ
- 4) маркетинговых исследований

№ 35. Создание и эффективное использование национальных информационных ресурсов является одной из задач: Выбор единственно правильного ответа.

- 1) PR служб
- 2) государственной информационной политики
- 3) СМИ
- 4) маркетинговых исследований

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине
Печатная полиграфическая реклама

1. Объектом исследования выбранного курса в большей степени является:
А. реклама как средство маркетинговой коммуникации
Б. реклама как общественное явление
В. реклама как культурная ценность
Г. реклама как результат творческой деятельности людей
2. Способность одновременно доходить до большего числа потребителей и относительная дешевизна в расчете на одного потребителя:
А. это сильная сторона рекламы
Б. это слабая сторона рекламы
В. оба ответа верны
3. Реклама уходит своими корнями в далекое прошлое. Какая форма рекламы появилась раньше других:
А. письменная
Б. устная
В. печатная
Г. наглядная
4. Какое изобретение И. Гуттенберга в 1450 году стало поворотным пунктом в развитии рекламы:
А. изобретение оттиска
Б. изобретение краски
В. изобретение печатного станка
Г. изобретение пишущей машинки
5. Дополните «Элементами комплекса продвижения товаров на рынок» являются:
А. стимулирование сбыта
Б. личная продажа
В. формирование общественного мнения
6. Отцом американской рекламы называют:
А. Б. Франклина
Б. Т. Рузвельта
В. Т. Ренодо
Г. А. Мануций
7. Товар – это:
А. все, что может удовлетворять потребность или нужду и предлагается на рынке с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления
Б. объединение характерных черт
В. средство для передачи полезных свойств
Г. результат исследований, разработок и производства
8. В число методов маркетингового исследования не входит:
А. наблюдение
Б. опрос
В. анкета

Г. эксперимент

9. Выберите правильную пару:

- А. имидж - реклама – подчеркивает преимущество товара
- Б. реклама стабильности – закрепляет в сознании людей положительный образ товара
- В. стимулирующая реклама – закрепляет достигнутые ранее результаты
- Г. правильного ответа нет

10. «Директ мейл» - это:

- А. рассылка почтовых рекламных отправлений
- Б. реклама в Интернете
- В. график выхода рекламы
- Г. критерий сравнения газетных тарифов на размещение рекламы

11. К преимуществам газет как средства рекламы не относится:

- А. относительно небольшая стоимость размещения рекламы
- Б. оперативность
- В. значительное число вторичных читателей
- Г. хороший охват местного рынка

12. Реклама, призванная утвердить благоприятный образ товара в представлении реальных или потенциальных потребителей, называется:

- А. информационной
- Б. напоминающей
- В. имиджевой
- Г. убеждающей

13. Реклама, которая включает в себя рекламные щиты, афиши, световые вывески, электронные табло, фирменную спецодежду обслуживающего персонала - это:

- А. печатная реклама
- Б. наружная реклама
- В. реклама в прессе
- Г. фирменная реклама

14. Информационно- рекламный материал, небольшое по объему, чаще многоцветное, с рисунками или фотографиями рекламное описание фирмы или конкретного продукта, услуги – это:

- А. каталог
- Б. проспект
- В. информационное письмо
- Г. буклет

15. Реклама – двигатель торговли:

- А. это рекламный лозунг
- Б. это коммерческое предложение
- В. это рекламный слоган
- Г. это молодежный сленг

16. Выберите самое лучшее по степени восприятия цветовое сочетание:

- А. черный на желтом
- Б. красный на зеленом
- В. синий на белом
- Г. красный на белом

17. К наиболее важным недостаткам рекламы вы бы отнесли:

- А. неспособность на диалог с аудиторией

- Б. отсутствие подхода к каждому потребителю**
- В. не может работать без бесполезной аудитории**
- Г. связана с большими расходами**

18. После ответов на предложенные вопросы, рекламу уместнее назвать:

- А. литературным шедевром**
- Б. прибыльным делом**
- В. основным средством коммуникации потребителя с производителем**
- Г. творческой деятельностью**

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Правовое регулирование в рекламе и СО

Тематика заданий текущего контроля

Правовое регулирование PR-деятельности в Российской Федерации.

Правовой аспект взаимоотношений с потребителями в системе связей с общественностью.

Правовое регулирование защиты информации и гарантия ее конфиденциальности.

Международный опыт правового и этического регулирования связей с общественностью.

Информационное право как основа регулирования PR-деятельности. Закон РФ «О средствах массовой информации» и его роль в регулировании связей с общественностью.

Международные профессиональные объединения PR и принципы этического регулирования их деятельности.

Политическая реклама: правовая категория, признаки, типология, субъекты.

Специальные требования к рекламе отдельных видов товаров и услуг.

Соотношение понятий «политическая реклама», «предвыборная агитация», «пропаганда».

Правовое регулирование социальной рекламы: проблема общественного интереса и его экспертизы.

Правовые коллизии разграничения политической и социальной рекламы.

Особенности правового регулирования политической рекламы за рубежом.

Особенности правового регулирования социальной рекламы за рубежом.

Особенности правового регулирования коммерческой рекламы за рубежом.

Основания для отказа в регистрации товарного знака.

Письменные экспресс контрольные вопросы

Понятие и значение рекламы в рыночной экономике.

Нормативно-правовая основа рекламы.

Предотвращение и пресечение недобросовестной рекламы.

Правовое регулирование распространения рекламы.

Государственный контроль в области рекламы.

Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

1. Правовое регулирование PR-деятельности в Российской Федерации. Информационное право как основа регулирования PR-деятельности.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации» и его роль в регулировании связей с общественностью.
3. Правовой аспект взаимоотношений с потребителями в системе связей с общественностью. Основы взаимоотношений с потребителями и правовой механизм защиты их интересов.
4. Правовое регулирование защиты информации и гарантия ее конфиденциальности. Законодательство об открытой и конфиденциальной информации.
5. Международный опыт правового и этического регулирования PR-деятельности. Правовое регулирование PR-деятельности зарубежных стран.
6. Международные профессиональные объединения PR и принципы этического регулирования их деятельности.
7. Основные положения Российского Кодекса этических принципов связей с общественностью.
8. Негосударственная система регулирования рекламной деятельности. Этические проблемы регулирования рекламной деятельности.
9. Саморегулирование рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности в Российской Федерации.
10. Международный кодекс рекламной практики. Рекламные кодексы России и Великобритании.
11. Правовое регулирование рекламной деятельности. Особенности законодательства о рекламе в развитых странах мира.
12. Особенности Закона РФ «О рекламе». Государственное регулирование рекламной деятельности.
Авторское право в рекламе.
13. Международные источники права: Международный кодекс рекламной практики.
14. Государственный контроль в сфере рекламы: органы, контролирующие соблюдение законодательства о рекламе, компетенция, функции.
16. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама алкогольной продукции. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
18. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг; реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.
19. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама продукции военного назначения и оружия; реклама основанных на риске игр, пари. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама финансовых услуг.
20. Общие требования к рекламе. Защита несовершеннолетних в рекламе.

21. Отдельные способы распространения рекламы: в телепрограммах и телепередачах. Отдельные способы распространения рекламы: в радиопрограммах и радиопередачах. Отдельные способы распространения рекламы: реклама в периодических печатных изданиях; реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании; реклама, распространяемая по сетям электросвязи.
22. Отдельные способы распространения рекламы: наружная реклама и установка рекламных конструкций. Отдельные способы распространения рекламы: реклама на транспортных средствах и с их использованием.
23. Социальная реклама и особенности ее распространения.
33. Саморегулируемые организации в сфере рекламы: понятие и права саморегулируемой организации. Примеры саморегулируемых организаций в сфере рекламы.
34. Общая характеристика правового регулирования рекламы в зарубежных странах
35. Правовое регулирование рекламы в США.
36. Правовое регулирование рекламы в европейских странах.
37. Регулирование политической рекламы.
38. Источники права о средствах массовой информации: характеристика, основные положения. Иерархия источников права.
39. Содержание свободы массовой информации: основные правомочия, не подлежащие иным ограничениям, кроме предусмотренных законодательством РФ о СМИ.
40. Понятие предвыборной агитации и информирование избирателей. Право на предвыборную агитацию и сроки её проведения. Условия проведения предвыборной агитации в СМИ.
41. Правовые режимы информации. Судебный путь защиты чести, достоинства и деловой репутации.
42. Объекты и субъекты авторского права; срок действия авторского права. Неимущественные права, входящие в структуру авторского права. Исключительное право в структуре авторского права.
43. Авторское право в рекламе.
44. Связи с общественностью и федеральный закон «О СМИ».
45. Связи с общественностью и федеральный закон «О рекламе».
46. Связи с общественностью и федеральный закон «О выборах в РФ».
47. Проблемы правового регулирования в условиях конвергенции - слияния возможностей вещания, телекоммуникаций и информационно-компьютерной технологии.
48. Правовое регулирование права на неприкосновенность частной жизни: источники права, основные понятия, гарантии государства на защиту права, ответственность за нарушение права на неприкосновенность частной жизни.

Тест

подисциплине _____

Направление

подготовки _____

Курс: _____ группа: _____

Фамилия И.О.: _____

1. Защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации, это:

- А) государственная тайна
- Б) конфиденциальная информация
- В) служебная информация
- Г) коммерческая информация.

2. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму – это:

- А) рекламодатель
- Б) рекламораспространитель
- В) рекламопроизводитель
- Г) потребитель рекламы

3. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации – это:

- А) ненадлежащая реклама
- Б) неэтичная реклама
- В) недобросовестная реклама
- Г) недостоверная реклама

4. Реклама наркотических и психотропных веществ в Российской Федерации:

- А) полностью запрещена
- Б) запрещена в телепрограммах и телепередачах
- В) разрешена только в специализированных печатных изданиях
- Г) полностью разрешена

5. Субъектами рекламной и PR-деятельности в Российской Федерации могут быть:

- А) граждане России
- Б) иностранные граждане
- В) Российская Федерация
- Г) все перечисленные

6. Какая часть штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе зачисляется в федеральный бюджет?

- А) 20%
- Б) 40%
- В) 60%
- Г) 80%

7. В соответствии с Законом РФ «Об авторском праве и смежных правах» автором рекламного слогана может быть:

- А) только физическое лицо
- Б) только юридическое лицо
- В) физическое и юридическое лицо
- Г) только рекламное агентство

8. Каков допустимый объем рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера (в процентах от общего объема номера)?

- А) 20%
- Б) 30%
- В) 40%
- Г) 50%

9. В какой срок подлежит исполнению предписание антимонопольного органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе?

- А) в течение недели
- Б) в течение месяца
- В) в течение года
- Г) в срок, указанный в предписании

10. В течении какого срока законом охраняется неиспользуемый товарный знак:

- А) 1 год
- Б) 2 года
- В) 3 года
- Г) 4 года

11. Объективная оценка личности, определяющая отношение общества к гражданину, социальная оценка ее моральных и иных качеств, это:

- А) честь
- Б) достоинство
- В) деловая репутация
- Г) самооценка

12. Изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо – это:

- А) рекламодаделец
- Б) рекламодатель
- В) рекламопроизводитель
- Г) потребитель рекламы

13. Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения – это:

- А) ненадлежащая реклама
- Б) неэтичная реклама
- В) недобросовестная реклама
- Г) недостоверная реклама

14. Реклама взрывчатых веществ и материалов (кроме пиротехнических изделий) в Российской Федерации

[illegible]

Письменные экспресс контрольные вопросы

Понятие и значение рекламы в рыночной экономике.

Нормативно-правовая основа рекламы.

Предотвращение и пресечение недобросовестной рекламы.

Правовое регулирование распространения рекламы.

Государственный контроль в области рекламы.

Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

1. Правовое регулирование PR-деятельности в Российской Федерации. Информационное право как основа регулирования PR-деятельности.

2. Закон РФ «О средствах массовой информации» и его роль в регулировании связей с общественностью.

3. Правовой аспект взаимоотношений с потребителями в системе связей с общественностью. Основы взаимоотношений с потребителями и правовой механизм защиты их интересов.

4. Правовое регулирование защиты информации и гарантия ее конфиденциальности. Законодательство об открытой и конфиденциальной информации.

5. Международный опыт правового и этического регулирования PR-деятельности. Правовое регулирование PR-деятельности зарубежных стран.

6. Международные профессиональные объединения PR и принципы этического регулирования их деятельности.

7. Основные положения Российского Кодекса этических принципов связей с общественностью.

8. Негосударственная система регулирования рекламной деятельности. Этические проблемы регулирования рекламной деятельности.

9. Саморегулирование рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности в Российской Федерации.

10. Международный кодекс рекламной практики. Рекламные кодексы России и Великобритании.

11. Правовое регулирование рекламной деятельности. Особенности законодательства о рекламе в развитых странах мира.

12. Особенности Закона РФ «О рекламе». Государственное регулирование рекламной деятельности.

Авторское право в рекламе.

- 13.Международные источники права: Международный кодекс рекламной практики.
- 14.Государственный контроль в сфере рекламы: органы, контролирующие соблюдение законодательства о рекламе, компетенция, функции.
- 16.Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама алкогольной продукции. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
- 18.Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг; реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.
- 19.Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама продукции военного назначения и оружия; реклама основанных на риске игр, пари. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама финансовых услуг.
- 20.Общие требования к рекламе. Защита несовершеннолетних в рекламе.
- 21.Отдельные способы распространения рекламы: в телепрограммах и телепередачах. Отдельные способы распространения рекламы: в радиопрограммах и радиопередачах. Отдельные способы распространения рекламы: реклама в периодических печатных изданиях; реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании; реклама, распространяемая по сетям электросвязи.
- 22.Отдельные способы распространения рекламы: наружная реклама и установка рекламных конструкций. Отдельные способы распространения рекламы: реклама на транспортных средствах и с их использованием.
- 23.Социальная реклама и особенности ее распространения.
- 33.Саморегулируемые организации в сфере рекламы: понятие и права саморегулируемой организации. Примеры саморегулируемых организаций в сфере рекламы.
- 34.Общая характеристика правового регулирования рекламы в зарубежных странах
- 35.Правовое регулирование рекламы в США.
- 36.Правовое регулирование рекламы в европейских странах.
- 37.Регулирование политической рекламы.
- 38.Источники права о средствах массовой информации: характеристика, основные положения. Иерархия источников права.
- 39.Содержание свободы массовой информации: основные правомочия, не подлежащие иным ограничениям, кроме предусмотренных законодательством РФ о СМИ.
- 40.Понятие предвыборной агитации и информирование избирателей. Право на предвыборную агитацию и сроки её проведения. Условия проведения предвыборной агитации в СМИ.
- 41.Правовые режимы информации. Судебный путь защиты чести, достоинства и деловой репутации.

- 42.Объекты и субъекты авторского права; срок действия авторского права. Неимущественные права, входящие в структуру авторского права. Исключительное право в структуре авторского права.
- 43.Авторское право в рекламе.
- 44.Связи с общественностью и федеральный закон «О СМИ».
- 45.Связи с общественностью и федеральный закон «О рекламе».
46. Связи с общественностью и федеральный закон «О выборах в РФ».
- 47.Проблемы правового регулирования в условиях конвергенции - слияния возможностей вещания, телекоммуникаций и информационно-компьютерной технологии.
- 48.Правовое регулирование права на неприкосновенность частной жизни: источники права, основные понятия, гарантии государства на защиту права, ответственность за нарушение права на неприкосновенность частной жизни.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине
Практика деловых коммуникаций

Задание 1.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Деловое общение основывается на знаниях:

1. социологии;
2. психологии;
3. менеджмента;
4. логики;
5. всех выше перечисленных дисциплин.

Вопрос 2. К вербальным средствам общения относятся:

1. устная речь;
2. письменная речь
3. устная и письменная речь;
4. интонации голоса;
5. грамотность.

Вопрос 3. Какие из перечисленных средств общения относятся к невербальным?

1. жесты;
2. позы;
3. мимика;
4. выражение лица;
5. все перечисленные.

Вопрос 4. В процессе общения за восприятием сообщения партнером следует

1. оценка сообщения;
2. интерпретация сообщения;
3. обратная связь;
4. выделение и понимание смысловой части;
5. передача сообщения.

Вопрос 5. Ключевая фаза общения – это

1. восприятие;
2. выбор канала передачи сообщения;
3. прогноз имеющейся у собеседника картины мира и стремление в максимальной степени приблизить к ней наше сообщение;
4. выбор слов и грамматики;
5. обратная связь.

Задание 2.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. К законам управленческого общения относят:

1. согласие (несогласие) подчиненного с позицией руководителя;
2. эмоциональное (положительное или отрицательное) отношение к руководителю;
3. должностная субординация;

4. сочетание формального и неформального общения;
5. сочетание устного и письменного способов обмена информацией.

Вопрос 2. Вести разговор в русле выраженного личного интереса собеседника относится к психологическому приему достижения расположенности к себе собеседника:

1. «Имя собственное»;
2. «Зеркало отношений»;
3. «Терпеливый слушатель»;
4. «Золотые слова»;
5. «Личная жизнь».

Рекомендации «Быть внимательным к собеседнику!», «Не перебивать собеседника, всегда дослушивать до конца!» относятся к психологическому приему достижения расположенности к себе собеседника:

1. «Имя собственное»;
2. «Зеркало отношений»;
3. «Терпеливый слушатель»;
4. «Золотые слова»;
5. «Личная жизнь».

Вопрос 4. Утверждение «Во всем, как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними» характеризует правило Д. Карнеги:

1. искренне интересуйтесь другими людьми искренне интересуйтесь другими людьми
2. будьте хорошим слушателем
3. внушайте собеседнику сознание его значимости и делайте это искренне
4. говорите о том, что интересует вашего собеседника
5. поощряйте других говорить о себе

Задание 3.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. По утверждению австралийского специалиста А.Пиза, наибольший объем информации от другого человека передается нам с помощью:

1. слов;
2. мимики, жестов, позы;
3. тона голоса и его интонаций;
4. всего выше перечисленного в равной степени;
5. невербальных компонентов общения.

Вопрос 2. Для результативного проведения деловых встреч, бесед, переговоров:

1. необходимо контролировать свои движения и мимику;
2. стараться интерпретировать реакции партнера;
3. понимать язык невербальных компонентов общения;
4. внимательно наблюдать за собеседником;
5. пользоваться всеми выше перечисленными пунктами.

Вопрос 3. Невербальные компоненты общения наиболее значимы

1. в первые минуты знакомства;
2. в процессе обмена информацией;
3. при аргументировании;
4. в процессе спора;
5. в завершении общения.

Вопрос 4. Равноправие участников, свободный обмен мнениями и взглядами подразумевает беседа:

1. за “Т” – образным столом;
2. за круглым столом;
3. за квадратным столом;
4. за журнальным столиком;
5. этот психологический аспект не учитывается.

Вопрос 5. Какой из перечисленных факторов может отрицательно повлиять на атмосферу общения при первой встрече?

1. очки с затемненными стеклами;
2. располагающий взгляд;
3. доброжелательная улыбка;
4. строгий деловой костюм;
5. готовность вести записи.

Задание 4.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Жесты какого типа имеют наибольшую национальную и культурную специфику и значительно разнятся в зависимости от страны?

1. жесты-иллюстраторы;
2. жесты-регуляторы;
3. жесты-адаптеры;
4. жесты-символы;
5. жесты - проявления аффекта.

Вопрос 2. В каких случаях употребляются жесты-иллюстраторы?

1. для пояснения сказанного словами;
2. для усиления тех или иных моментов сообщения;
3. для подчеркивания ключевых моментов беседы;
4. для акцентирования внимания;
5. во всех выше перечисленных случаях.

Вопрос 3. Какой из перечисленных жестов не относится к жестам-регуляторам?

1. приветствие рукопожатие;
2. частые кивки головой – для ускорения беседы;
3. медленные кивки головой – выказывают заинтересованность в беседе;
4. приподнятый вверх указательный палец – желание прервать беседу на данном месте или возразить;
5. американский символ «ОК», означающий «всё хорошо».

Вопрос 4. В перечисленных вариантах найдите тот, который не предполагает употребление жестов-адаптеров?

1. в ситуациях стресса;
2. в затруднительных ситуациях;
3. для пояснения сказанного;
4. служат признаком переживаний;
5. все перечисленные выше случаи.

Вопрос 5. Мимика и язык тела являются наиболее ярким проявлением

1. жестов-иллюстраторов;
2. жестов-регуляторов;
3. жестов-адаптеров;
4. жестов-символов;
5. жестов-проявления аффекта.

Задание 5.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Найдите правильный вариант завершения утверждения – дистанция, на которой разговаривают собеседники,...

1. очень символична и зависит от многих факторов;
2. не имеет значения;
3. зависит только от национальных особенностей;
4. зависит только от взаимоотношений собеседников;
5. определяется статусом собеседников.

Вопрос 2. Какой вид улыбки наиболее уместен в деловом общении?

1. заискивающая;
2. адекватная ситуации;
3. дружелюбная;
4. ироничная;
5. насмешливая.

Вопрос 3. Если человек во время разговора часто отводит глаза от своего собеседника, это может означать:

1. он собирается с мыслями;
2. он нервничает;
3. разговор его мало интересует;
4. просьбу не перебивать, ещё не всё сказано;
5. в зависимости от ситуации, возможен любой из приведенных вариантов.

Вопрос 4. Какое средство невербального общения слушающего поощряет говорящего к продолжению разговора?

1. увеличение дистанции слушающим собеседником;
2. очень широкая улыбка;
3. постоянное сокращение дистанции во время разговора;
4. заинтересованный взгляд с нечастыми кивками головой;
5. частый отвод взгляда в сторону.

Вопрос 5. Вызывает больше всего недоразумений использование представителями различных культур жестов

1. символов;
2. адаптеров;
3. иллюстраторов;
4. регуляторов;
5. проявления аффекта.

Задание 6.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Найдите несоответствующий определению доминантности пункт. Человек, обладающий доминантными качествами, ведет себя по отношению к собеседнику:

1. с позиций превосходства;
2. дает переубедить себя, хотя внутренне не согласен;
3. отсутствуют сомнения типа «уместно ли это»;
4. не принимает возражений;
5. часто перебивают.

Вопрос 2. Такая личностная характеристика как общительность может быть:

1. врожденной;
2. приобретенной в процессе общения;
3. приобретенной в процессе сознательных тренировок;
4. все выше перечисленные варианты верны.

Вопрос 3. Психологически мобильных людей отличает

1. полнота их погружения в процесс общения;
2. легкая концентрация внимания;
3. торопливость речи и манера торопить собеседника с ответом;
4. перебивать, пытаясь закончить фразу вместо него;
5. все перечисленное.

Вопрос 4. Все ли, из ниже перечисленных пунктов, соответствуют характеристике психологической ригидности?

1. жизненный оптимизм;
2. трудности в принятии самостоятельных решений;
3. торопливость речи и манера торопить собеседника с ответом;
4. склонны уточнять уже принятые решения;
5. стремление к активной деятельности.

Вопрос 5. Люди, которым присуще такое коммуникативное качество как экставерсия:

1. по темпераменту холерики и сангвиники;
2. это зачастую флегматики и меланхолики;
3. это амбоверты;
4. они хорошо контролируют свои эмоции;
5. трудно переключаются с внутреннего хода мыслей на диалог;

Задание 7.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. К ошибкам в процессе подготовки переговоров и бесед относится.

1. не готовиться к переговорам вообще;
2. полагаться на импровизацию;
3. поиск решения в процессе переговоров/беседы;
4. учет мельчайших деталей встречи;
5. все перечисленное.

Вопрос 2. Подготовка к переговорам включает следующие этапы:

1. выявление области взаимных интересов;
2. установление рабочих отношений с партнером;
3. решение организационных вопросов (повестка дня, место и время встречи);
4. формулировка вариантов решения и предложений по обсуждаемым вопросам;
5. все перечисленное.

Вопрос 3. К правилам, позволяющим заинтересовать собой и заинтересоваться тем, с кем общаешься относится:

1. выбор общеинтересной темы;
2. использование шуток и острот;

3. форма возражений, типа «Мне кажется, Вы ошибаетесь», «По-видимому, Вы неверно информированы»;
4. замена односложных ответов «да – нет» на обороты: «К сожалению, это невозможно»;
5. все перечисленное.

Вопрос 4. Умение слушать состоит, по мнению специалистов в этой области, из следующих слагаемых:

1. внимание;
2. дружелюбие;
3. активность;
4. компетентность;
5. доброжелательность.

Вопрос 5. Насколько значимы в переговорном процессе существующие национальные различия?

1. Национальные особенности не имеют значения;
2. Степень значимости национальных особенностей различна в каждом конкретном случае;
3. Национальные особенности влияют на деловые отношения только при конфликте сторон;
4. Интенсивность делового общения в современном мире приводит к "размыванию" национальных границ, формированию единых норм и правил;
5. Имеют значение только различия западных и восточных культур.

Задание 8.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Какова цель реалистического конфликта?

- а) достичь конкретных результатов;
- б) достичь каких-либо преимуществ (материальных или нематериальных).
- в) снятие напряжения, своеобразная разрядка.

1. только а);
2. только б);
3. только в);
4. а) и б);
5. а) и в).

Вопрос 2. Какой из перечисленных признаков не относится к признакам конструктивной фазы конфликта?

1. полный уход от предмета обсуждения;
2. разногласия не принимают необратимого характера;
3. проявляется взаимная неудовлетворенность ходом общения;
4. проявляется взаимная неудовлетворенность друг другом;
5. оппоненты адекватно оценивают свое состояние и состояние партнера.

Вопрос 3. Какого типа личностей по склонности к конфликтности не существует?

1. для которых конфликтность – поведение в конкретной ситуации;
2. для кого конфликтность – постоянный признак их поведения;
3. вообще неконфликтные люди;
4. люди, инициирующие конфликт для достижения собственных целей.
5. люди, желающие самоутвердиться в конфликтной ситуации.

Вопрос 4. Психологи считают, что конфликты -

1. естественны в личной сфере;
2. неизбежны в деловой сфере;
3. естественны и неизбежны в личной сфере;
4. естественны и неизбежны в деловой сфере;
5. естественны и неизбежны в деловой и личной сфере.

Вопрос 5. Для правильной оценки сути конфликта и определения путей выхода из него психологи рекомендуют:

1. Выделить основную проблему;
2. Определить причины конфликта;
3. Рассмотреть варианты возможного разрешения конфликта;
4. Выяснить, каковы вероятные следствия каждого из возможных путей разрешения конфликта;
5. Все перечисленное.

Задание 9.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Различными элементами структуры морали являются:

1. нормы
2. правила
3. запреты
4. принципы
5. все перечисленное

Вопрос 2. Главной и определяющей функцией морали является

1. ценностно-ориентирующая
2. воспитательная
3. регулятивная
4. познавательная
5. оценочная

Вопрос 3. К «инструментам» регулирования нравственных отношений относятся:

1. морально-этические принципы
2. общественное мнение
3. моральный авторитет
4. традиции, обычаи, заповеди, привычки
5. все перечисленное

Вопрос 4. Какая функция морали позволяет оценивать поступки, цели и средства с точки зрения побуждающего намерения?

1. воспитательная
2. мотивационная
3. регулятивная
4. познавательная
5. оценочная

Вопрос 5. Какая функция морали направлена на приобретение этических знаний, которые в комплексе помогают сформулировать модель нравственного поведения?

1. воспитательная
2. мотивационная
3. регулятивная
4. познавательная
5. оценочная

Задание 10.

Вопрос 1. Особенно строго соблюдались и соблюдаются правила этикета –

1. в странах Северной Америки;
2. в странах Западной Европы;
3. в странах Дальнего и Ближнего Востока;
4. в России;
5. в странах Средней Азии;

Вопрос 2. Когда в России стал усиленно внедряться западный этикет?

1. в XVII в;
2. в начале XVIII века;
3. в конце XIX века;
4. в начале XX века;
5. в наше время.

Вопрос 3. К какому виду этикета относится этикет, предписывающий нормы поведения на улице, в гостях, в театре, в общественных местах?

1. деловой;
2. общегражданский;
3. придворный;
4. воинский;
5. дипломатический.

Вопрос 4. Большинство правил идентичны или в той или иной мере совпадают этикета

1. общегражданского и дипломатического;
2. общегражданского и делового;
3. дипломатического и воинского;
4. дипломатического и придворного;
5. придворного и воинского.

Вопрос 5. С какого возраста следует начинать обучение этикету?

1. с младенческих лет;
2. в начальной школе;
3. в средней школе;
4. обучаясь в средне-специальном или высшем учебном заведении;
5. когда понадобится.

Задание 11.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Рукопожатие при встрече или при представлении мужчины и женщины совершенно неуместно -

1. в любых деловых встречах;
2. в неофициальных встречах;
3. в странах Востока;
4. в мусульманских странах;
5. при встрече многочисленной делегации.

Вопрос 2. Входя в комнату, где сидят подчиненные, руководитель –

1. не здоровается первым;
2. первым приветствует всех;
3. обменивается со всеми рукопожатиями;
4. здоровается первым, сотрудники отвечают, вставая;
5. здоровается первым, сотрудники отвечают, не вставая.

Вопрос 3. Посетитель, входящий в комнату учреждения -

1. не должен стучать в дверь;
2. не должен стучать, если в комнате находится несколько сотрудников;

3. должен постучать, затем войти;
4. должен постучать, открыв дверь спросить разрешения войти, затем войти.
5. должен постучать и войти только после положительного ответа;

Вопрос 4. При личном знакомстве визитная карточка –

1. не вручается;
2. вручается без речевого представления;
3. вручающий вслух произносит имя и фамилию;
4. вручающий подписывается и проставляет дату;
5. вручающий вслух произносит имя и фамилию, подписывается и проставляет дату.

Вопрос 5. Никогда и никому не рекомендуется дарить -

1. часы;
2. бутылку без фирменной коробки;
3. слишком дорогой подарок;
4. личные вещи;
5. цветы, не сняв упаковку.

Задание 12.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Что отличает персонал компании-организатора презентации от гостей?

1. нагрудные именные карточки с указанием фамилии, имени, отчества и должности;
2. выполнение роли "хозяев";
3. радушие и готовность помочь;
4. уверенность и радушие;
5. стремление обеспечить гостей всей необходимой информацией.

Вопрос 2. При проведении презентаций основное внимание необходимо уделить -

1. процессу угощения и создания хорошего настроения;
2. тому, чтобы размер помещения соответствовал числу приглашенных;
3. тому, чтобы донести до приглашенных полную информацию о компании;
4. наладить диалог с потенциальными клиентами;
5. музыкальному сопровождению презентации.

Вопрос 3. Приемы носят деловой характер и проводятся с целью -

1. углубления и расширения контактов;
2. получения нужной информации в неофициальной обстановке;
3. установления новых контактов;
4. приема пищи;
5. дегустации напитков.

Вопрос 4. Вид приема избирается в зависимости от

1. случая, по которому необходимо устроить прием;
2. времени проведения приема;
3. статуса гостей;
4. продолжительности пребывания делегации;
5. количества членов делегации.

Вопрос 5. Что относится к основным рекомендациям поведения на приеме?

1. не шумите;
2. не суетитесь;
3. не бегайте;
4. не привлекайте внимания своей одеждой;
5. все перечисленное.

Задание 13.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Какой пункт следует исключить из правил телефонного общения:

1. отвечая на звонок, представьтесь;
2. убедитесь в точности сведений, которые намерены сообщить;
3. в начале разговора задать вопросы типа «С кем я разговариваю?», «Что Вам нужно?»;
4. отвечать на все звонки;
5. не давайте выход отрицательным эмоциям.

Вопрос 2. Каких выражений следует избегать при телефонных разговорах?

1. «я не знаю»;
2. «Вы должны...»;
3. несогласие с собеседником начинать со слова «Нет»;
4. «Подождите секундочку, я скоро вернусь»;
5. всех выше перечисленных.

Вопрос 3. Если вам звонит рассерженный чем-то человек, ваши действия:

1. положите трубку;
2. сразу прервете собеседника и укажете ему на тон разговора;
3. выслушаете его до конца;
4. прервете в подходящем месте вопросом типа: «Чем я могу Вам помочь?»;
5. прервете в подходящем месте вопросом типа: «В чем Ваша проблема?»

Вопрос 4. Если задаваемые вам вопросы затрагивают конфиденциальные стороны работы фирмы, вы предпримите следующие действия:

1. порекомендуете обратиться с этим вопросом к шефу;
2. сочтете, что эта информация необходима ему по работе;
3. ответите на вопрос уклончиво;
4. спросите у собеседника имеет ли он на это право?
5. ответите, что этот вопрос не в вашей компетенции.

Вопрос 5. Что вы будете делать, если разговор слишком затягивается, а участник телефонного диалога не собирается завершать беседу?

1. задавать вопросы таким образом, чтобы собеседник мог ответить только односложно "да" или "нет";
2. положите трубку;
3. прервете собеседника и укажете ему на необходимость быть кратким;
4. выслушаете его до конца;
5. прервете в подходящем месте вопросом типа: «Чем я еще могу Вам помочь?».

Задание 14.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Что не относится к причинам проведения совещания?

1. обмен информацией, если это нельзя сделать иначе;
2. выявление мнений, необходимых для принятия решения;
3. анализ трудных проблем;
4. принятие решений по сложным, комплексным проблемам;
5. доведение до сведения исполнителей принятое решение.

Вопрос 2. Приглашая участников на совещание, целесообразно

1. максимально сузить круг участников совещания;
2. приглашать максимально большое число участников;
3. приглашать лишь тех, без кого нельзя обойтись;
4. пригласить на совещание руководителей всех подразделений организации;
5. участники совещания должны быть постоянно одни и те же.

Вопрос 3. Права участников совещания:

1. право выдвигать любые идеи;
2. право отстаивать свою точку зрения;

3. право на обдумывание ответа или аргументации;
4. право на пересмотр или уточнение своей позиции;
5. Все перечисленное.

Вопрос 4. При проведении планового совещания (заседания) с большим числом участников подготовка начинается - .

1. за 1,5-2 недели до его проведения;
2. за 10 дней до его проведения;
3. за 1 неделю до его проведения;
4. за 2 дня до его проведения;
5. за 2 часа до его проведения.

Вопрос 5. Что демонстрирует уровень организованности проведения совещания?

1. завершение совещания точно в обусловленное время;
2. обеспечение участников совещания бумагой для записей;
3. подготовка и оборудование помещения для проведения совещания;
4. заготовка заранее необходимого количества визитных карточек, рекламных проспектов, каталогов;
5. своевременная рассылка приглашений.

Задание 15.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Результаты предварительных договоренностей служат основой для

1. планирования процесса переговоров;
2. планирования процесса переговоров с уточнением состава и ролей участников;
3. выработки стратегии ведения переговоров;
4. подготовки различных вариантов предложений для партнеров;
5. заключения соглашения.

Вопрос 2. Готовность сторон к поиску взаимовыгодного или взаимоприемлемого решения с учетом интересов всех участников является результатом этапа переговоров - .

1. подготовки;
2. установки контакта;
3. взаимной ориентации в проблеме;
4. поиска решения;
5. заключения соглашения.

Вопрос 3. Роберт Фишер и Уильям Юри выделяют к ведению переговоров -

1. два подхода;
2. три подхода;
3. четыре подхода;
4. пять подходов;
5. множество подходов.

Вопрос 4. Стратегия принципиального ведения переговоров используется в случаях, когда:

1. интересы сторон взаимозависимы;
2. отношения сторон в будущем представляются значимыми;
3. стороны в большей степени желают сотрудничества, нежели соперничества;
4. компромисс принципов неприемлем для сторон;
5. во всех перечисленных.

Вопрос 5. К нечестным правилам "игры" относятся:

1. обман;
2. тактика позиционного нажима;
3. психологическая борьба;
4. недоверие;

5. прерывание взаимодействия.

Задание 16.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. К предпосылкам успешного переговорного взаимодействия не относятся:

1. формирование развитого представления о своей цели и широкой сфере своих интересов;
2. выявление своей наилучшей альтернативы предполагаемому соглашению;
3. изучение наилучшей альтернативы партнера предполагаемому соглашению.
4. использование реальных обстоятельств, которые могут быть весьма удачными для нас и неудачными для наших партнеров
5. использовать метод принципиального ведения переговоров

Вопрос 2. Ведение переговоров без достаточно четкого представления о своей наилучшей альтернативе

1. связано с риском заключения не самого выгодного из возможных соглашений
2. требует больших затрат времени на переговоры
3. требует следовать методу принципиального ведения переговоров
4. позволяет более гибко вести переговоры
5. обеспечивает заключение самого выгодного соглашения.

Вопрос 3. Влиятельность в переговорах – это

1. различия в поведении участника переговоров
2. авторитет участника переговоров
3. специальные знания и опыт участника переговоров
4. опыт ведения переговоров
5. официальный статус участника переговоров

Вопрос 4. Достигнуть определенного уровня доверительности в деловом общении можно:

1. открытой демонстрацией намерений;
2. проявлением теплого и доброжелательного отношения;
3. демонстрацией компетентности в обсуждаемом вопросе;
4. предложением более выгодных условий соглашения партнерам;
5. демонстрацией готовности принять предложения партнеров.

Вопрос 5. Психологи считают, что самыми распространенными реакциями слушающего являются

1. ответы-оценки;
2. толкования;
3. поддержка и уточнения;
4. отзывчивость;
5. понимание.

Задание 17.

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Критика - это

1. обсуждение, разбор чего-либо с целью оценить достоинства, обнаружить и исправить недостатки;
2. отрицательное суждение о чем-либо;
3. отрицательное суждение о ком-либо;
4. высказывание пренебрежительных или оскорбительных суждений о личности человека;

5. грубое агрессивное осуждение, поношение или осмеяние дел и поступков человека.

Вопрос 2. Что из перечисленного *не относится* к сущности критики?

1. в чем суть дела;
2. кто виноват;
3. кто и как должен быть наказан;
4. что нужно сделать, чтобы исправить;
5. как предотвратить подобное в будущем.

Вопрос 3. Наиболее важным (определяющим) правилом критики является:

1. Подумайте, имеете ли вы право критиковать;
2. Критические замечания высказывайте критикуемому непосредственно, и желательно наедине;
3. Не сравнивайте данного человека с другими;
4. Подвергайте критике только те качества, которые реально можно изменить;
5. Критикуйте поступки, а не способности и свойства человека.

Вопрос 4. Центральный принцип восприятия критики:

1. Все, что я делаю, я могу делать лучше;
2. Критика направлена на несовершенство того, что кажется нормальным;
3. Отсутствие критики – показатель пренебрежения или неверия в способность ее нормального восприятия;
4. Нет бесполезной критики, она является формой помощи в решении сложных ситуаций;
5. Наличие критики – показатель признания потенциала и возможности его развития.

Вопрос 5. В рекомендуемой последовательности применения правил критики – завершающим является:

1. Выслушайте объяснения другой стороны;
2. Найдите повод для похвалы;
3. Признайте собственные ошибки в рассматриваемой ситуации;
4. Расскажите об опыте собственных неудач;
5. Помогите найти решение по выходу из сложившейся ситуации, поддержите престиж человека.

Задание 18

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Цели ведения спора могут быть разделены на группы:

1. конструктивные и деструктивные;
2. важные и второстепенные;
3. стратегические, тактические, оперативные;
4. оправданные и неоправданные;
5. агрессивные и взаимовыгодные.

Вопрос 2. Подход к ведению спора, когда одна из сторон, не настаивая на своем подходе к решению проблемы, используя методы убеждения, интуицию и здравый смысл, постепенно склоняет к своей точке зрения другого или других собеседников, участников спора называется

1. Эвристический;
2. Логический;
3. Софический;
4. Авторитарный;
5. Критикующий.

Вопрос 3. Привлечь внимание к проблеме как можно больше заинтересованных и компетентных лиц – относится к _____ целям.

1. конструктивным;
2. важным;
3. тактическим;
4. оправданным;
5. взаимовыгодным.

Вопрос 4. Принцип ведения спора, который заключается в том, что чем корректнее будут Ваши суждения и действия, тем у вас больше шансов на достойную победу над противником, оппонентом – это

1. Принцип терпимого отношения к инакомыслящим.
2. Принцип предварительной подготовки к ведению спора.
3. Принцип корректного ведения спора.
4. Принцип преодоления психологических барьеров.
5. Принцип уважения личности оппонента.

Вопрос 5. Принцип поэтапного продвижения к истине в процессе ведения спора предполагает _____.

1. 3 стадии.
2. 4 стадии.
3. 5 стадий.
4. 6 стадий.
5. 7 стадий.

Задание 19

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. Манипуляция начинается там, где кончается

1. взаимопонимание;
2. логика и здравый смысл;
3. желание понимать собеседников или партнеров;
4. способность рассуждать на уровне взрослого;
5. честность, осознанность, свобода и доверие.

Вопрос 2. Исходя из того, на каких наших чувствах играет манипулятор, их можно разделить на _____ основных типов.

1. пять;
2. шесть;
3. семь;
4. восемь;
5. девять.

Вопрос 3. Одна из самых коварных и жестоких манипуляций – это манипуляция

1. манипуляция страхом;
2. манипуляция неуверенностью в себе;
3. манипуляция любовью;
4. манипуляция чувством вины;
5. манипуляция чувством жалости.

Вопрос 4. Характеристика: часто выходит за рамки темы деловой беседы; в ходе деловой беседы часто своей позицией и подходом неосознанно провоцирует собеседников на то, чтобы они не соглашались с его аргументами и выводами соответствует типу собеседников

1. Вздорный человек;
2. Болтун;
3. Хладнокровный, неприступный;
4. Незаинтересованный;
5. Почемучка.

Вопрос 5. Собеседники, которые спокойны и немногословны. Вы не знаете, о чем они в действительности думают или чего хотят. Это тип собеседника _____ .

1. Сверхпокладистый;
2. Вечный пессимист;
3. Молчун;
4. Нерешительный;
5. Скрытный.

Задание 20

Выбрать к вопросу правильный ответ и отметить в карточке ответов.

Вопрос 1. В ходе переговоров вы обнаружили, что предложения Ваших партнеров нереальны, они блефуют. Что делать?

1. Прямо и резко сказать им об этом.
2. Постараться в ходе переговоров подвести партнера к компромиссному решению.
3. Сделать вид, что вы ничего не заметили и продолжать переговоры.
4. Прервать переговоры.
5. Постараться в ходе переговоров подвести партнера к компромиссному решению, но в дальнейшем отказаться от сотрудничества.

Вопрос 2. Вы, являясь руководителем, ведете переговоры по поводу получения весьма крупного контракта. Вдруг в середине переговоров один из членов вашей делегации выступает с инициативой, которая идет вразрез с вашими планами. Что предпринять?

1. Попросить сделать перерыв в переговорах и во время этого перерыва переговорить с подчиненным.
2. Жестко осадить подчиненного во время переговоров.

3. В ходе переговоров сказать подчиненному в достаточно мягкой форме, что он ошибся.
4. В ходе переговоров сказать подчиненному в достаточно мягкой форме, что он ошибся, затем в перерыве переговорить с ним.
5. Поведение в данной ситуации в значительной степени зависит от того, насколько серьезно то, что предложил ваш подчиненный, расходится с вашими дальнейшими намерениями.

Вопрос 3. Вы успешно ведете переговоры. На обсуждение выносится вопрос, который выходит за рамки ваших полномочий. У вас есть серьезные опасения, что ваше руководство принятое вами решение может не одобрить. Как быть?

1. Продолжить переговоры дальше в надежде, что их успех говорит сам за себя, и в результате, когда вы подпишете контракт, он будет одобрен.
2. Сказать партнеру, что для окончательного решения вам необходимо согласовать результаты переговоров с руководством.
3. Ничего не говорить партнеру по переговорам, но при этом сделать запрос своему руководству.
4. Отказаться от дальнейшего ведения переговоров.
5. Лучше избегать подобных ситуаций.

Вопрос 4. Один из первых шагов в общении с трудными людьми должен состоять в том, чтобы

1. взять под контроль свои эмоции;
2. отдавать себе отчет в существовании некоторых скрытых интересов или нужд, которые они удовлетворяют, действуя таким образом;
3. стараться не принимать на свой счет слова и поведение другого человека;
4. использовать те приемы общения, которые позволяют дать выход эмоциям другого человека;
5. понять, какие желания и интересы человека делают его трудным в общении с ним.

Вопрос 5. В общении с трудными людьми различных типов

1. можно с успехом использовать общие принципы;
2. наиболее эффективными могут быть специальные подходы, учитывающие особенности каждого типа в отдельности;
3. ключевой момент состоит в том, чтобы сохранять гибкость, применять к конкретному человеку соответствующий подход, учитывая его скрытые нужды и интересы;
4. ключ к решению проблемы состоит в открытом обсуждении причин "трудного" поведения человека;
5. особенно важно не попасть в ловушку ответственности.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Практический копирайтинг

1. Копирайтинг – это...

а) профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов. Таковыми можно считать все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют или популяризуют товар, компанию, услугу, человека или идею

б) профессиональное написание текстов для публичных выступлений

в) дисциплина, изучающая искусство речи, правила построения художественной речи, ораторское искусство, красноречие

г) приведение доводов с намерением изменить убеждения другой стороны (аудитории)

2. В рамках рекламного агентства копирайтер как правило работает в паре с...

а) менеджером по рекламе

б) спичрайтером

в) арт-директором

г) медиабайером

3. Одним из пионеров копирайтинга в директ-маркетинге считается...

а) Джозеф Шугерман

б) Джон Кейплз

в) Амос Кендал

г) Эдвард Бернайз

4. Закрепление образа торговой марки в сознании потребителя или просто создание нужного имиджа товара, услуги, компании, человека, идеи – это...

а) имиджевый копирайтинг

б) SEO-копирайтинг

в) рерайт

г) спичрайтинг

5. Написание текстов с большим количеством ключевых слов, разновидность web-копирайтинга – это...

- а) рерайт
- б) SEO-копирайтинг
- в) спичрайтинг
- г) имиджевый копирайтинг

6. Пересказ своими словами информации источника; новость или статья, подготовленная на основе одной или нескольких статей, взятых с других ресурсов, - это...

- а) простой рерайтинг
- б) сложный рерайтинг
- в) рейтинг
- г) рерайтинг

7. Переработка одной статьи в другую (есть одна статья или новость – из нее требуется сделать вторую, в которой будет сказано все то же самое, но другими словами) - это...

- а) сложный рерайтинг
- б) рейтинг
- в) простой рерайтинг
- г) рерайтинг

8. Переработка нескольких источников; подготовка нового контента, уникальной статьи на основании несколько источников – это...

- а) сложный рерайтинг
- б) рейтинг
- в) простой рерайтинг
- г) рерайтинг

9. Изложение информации, взятой из открытых источников, чтобы получить из исходной статьи новый уникальный текст, адаптированный для поисковых систем – это...

- а) сложный рерайтинг
- б) рейтинг
- в) простой рерайтинг
- г) SEO-рерайт

10. Спичрайтинг – это...

а) подготовка и написание текстов для устных выступлений перед аудиторией

б) профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов. Таковыми можно считать все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют или популяризуют товар, компанию, услугу, человека или идею

в) дисциплина, изучающая искусство речи, правила построения художественной речи, ораторское искусство, красноречие

г) приведение доводов с намерением изменить убеждения другой стороны (аудитории)

11. Документ, составляемый рекламным агентством на основании брифа и проведенного самим агентством исследования, являющийся планом всей дальнейшей работы над рекламой – это...

- а) техническое задание
- б) творческая платформа
- в) медиаплан
- г) сценарный план

12. Исключите лишнее. Творческая платформа обычно включает следующие положения...

- а) описание продукта, целевой аудитории, основных конкурентов
- б) список основных преимуществ товара
- в) результаты, проведенных рекламным агентством маркетинговых исследований
- г) перечень конкретных рекламных задач, что именно должно быть выделено, к каким чувствам потребителя следует адресовать рекламу

13. Лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения; интегральная часть не только отдельного рекламного объявления, но и целой рекламной кампании - это...

- а) заголовок
- б) логотип
- в) подзаголовок
- г) слоган

14. С точки зрения сообщаемой информации данный заголовок «НОВИНКА! ВСЕ ОТТЕНКИ ЖЕМЧУЖНОГО МЕРЦАНИЯ НА ВАШИХ ГУБАХ!» представляет собой...

- а) сообщение о чем-то новом
- б) заявление
- в) совет

г) возбуждение любопытства

15. С точки зрения сообщаемой информации данный заголовок «Автомобиль месяца «JAGUAR R-COUPE» представляет собой...

- а) заявление
- б) сообщение о чем-то новом
- в) совет
- г) возбуждение любопытства

16. С точки зрения прозрачности содержания следующий заголовок рекламы швейцарских часов «ЧТО ОЖИДАЕТ ВАС ЧЕРЕЗ 24 ЧАСА» является

- а) прямолинейным, прозрачным
- б) непрозрачным, косвенным
- в) слепым

17. Наиболее часто подзаголовки используются в рекламе...

- а) с косвенными и слепыми заголовками, требующими дополнительных пояснений
- б) с прямолинейным, прозрачным заголовком
- в) в рекламе косметических средств

18. Что не относится к целям слогана?

- а) вызвать рациональное, положительное отношение к рекламируемому товару
- б) придать стратегии рекламного обращения краткую, повторяющуюся и запоминаемую форму
- в) обеспечить преемственность целой серии рекламных объявлений данной фирмы
- г) сделать рекламное сообщение более легко воспринимаемым

19. Исключите лишнее. В зависимости от целей рекламной компании и пожеланий заказчика, слоганы делят на следующие группы

- а) эмоциональные слоганы
- б) слоганы для товаров и услуг
- в) слоганы (девизы) компаний
- г) слоганы-миссии (отражают философию компании)

20. В приведенном примере "Skoda. Просто гениально" используется такое образное средство создания слогана, как

- а) игра слов (созвучие, рифма, двойной смысл)
- б) обращение или призыв
- в) простота
- г) контраст или противоречие

21. В приведенном примере "Ярпиво". Больше позитива" используется такое образное средство создания слогана, как

- а) контраст или противоречие
- б) обращение или призыв
- в) юмор
- г) простота
- д) игра слов (созвучие, рифма, двойной смысл)

22. Что не относится к контролируемым организацией PR-текстам?

- а) байлайнер
- б) информационный релиз
- в) брошюра
- г) текст речей и выступлений

23. Что не относится к внутрикорпоративным видам письменной коммуникации?

- а) информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень
- б) брошюра
- в) медиа-план
- г) пресс-дайджест

24. Что не относится к источникам PR-текста?

- а) средства массовой коммуникации
- б) индивиды (политические, государственные и общественные деятели, руководители организаций, бизнес-лидеры, деятели искусств и персонажи шоу-бизнеса)
- в) социальные общности различных типов и уровней (социально-демографические, гендерные, социально-территориальные, этнонациональные, конфессиональные и др.)
- г) социальные организации (предприятия, организации, учреждения, фирмы и т.д.)

25. Исключите лишнее. PR-текст как средство коммуникации должен отвечать следующим критериям

- а) доступность
- б) конкретность
- в) стабильность
- г) удобство восприятия

26. Исключите лишнее. Структурно-семантическая классификация PR-текстов включает...

- а) аналитические жанры
- б) исследовательско-новостные жанры
- в) образно-новостные жанры
- г) оперативно-новостные жанры

27. Краткое и аргументированное изложение позиции организации по какому-либо вопросу - это...

- а) позиционное заявление (позишн пэйпер)
- б) заявление для СМИ
- в) пресс-релиз
- г) байлайнер

28. Бизнес-релиз ...

а) составляется для партнеров или специалистов одного с данной фирмой профиля, которые могут заинтересоваться содержащимся в релизе информационным материалом. В средства массовой информации такой релиз обычно не направляется

б) оставляется для потребителей, содержит информацию о товаре или услуге; распространяется либо прямой рассылкой по почте, либо размещается в местах продаж или оказания услуг

в) содержит информацию о финансовом положении фирмы и предназначен прежде всего для держателей акций данной фирмы. Но он также может представлять значительный интерес для партнеров и конкурентов, а иногда даже и для более широких финансовых или деловых кругов, и тогда им могут заинтересоваться и средства массовой информации, имеющие разделы, посвященные финансам

29. Проспект, который организация издает для рассылки и раздачи вместе с новогодними поздравлениями; цель подобного проспекта – еще раз напомнить о своем существовании, и поэтому обязательными атрибутами проспекта являются логотип и слоган фирмы, а также адрес и телефоны для будущих контактов

- а) проспект-инструкция
- б) проспект-календарь
- в) проспект-заказ
- г) проспект – визитная карточка организации

30. Письмо, цель написания которого сообщить, оповестить о каком-либо планируемом мероприятии, или о вновь принятых решениях, важных для адресата, или о предполагаемых действиях организации

- а) рекомендательное письмо
- б) информационное (новостное) письмо
- в) информирующее письмо

г) сопроводительное письмо

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Профессиональные творческие студии

1. Термин «бабушкин чердак» в журналистике обозначает:

- а) подборка материалов в верхней части газетной полосы
- б) факты для досье
- в) помещение в редакции, где хранятся старые подшивки газет
- г) электронные носители информации, на которых хранятся старые номера газеты

2. Отметьте наиболее точное определение понятия «творчество»:

- а) создание предметов реального мира
- б) создание литературных произведений
- в) создание объективно и субъективно новых ценностей реального мира
- г) изучение какой-либо области общественной деятельности

3. Синонимом термина «метод маски» в журналистике является:

- а) произвольное наблюдение
- б) метод «перемены профессии»
- в) интервьюирование
- г) блиц-опрос

4. Какое из понятий НЕ относится к модели журналистского творчества?

- а) сбор информации
- б) научная деятельность
- в) разработка темы
- г) обработка информации

5. В классификации Т. Шумилиной вопросы интервью по форме подразделяются на:

(Отметьте неправильный вариант ответа)

- а) открытые и закрытые
- б) короткие и пространные
- в) прямые и косвенные
- г) личные и безличные

6. Этапом творческого процесса в журналистике НЕ является:

- а) мониторинг читательских мнений
- б) разработка темы
- в) отбор социально-значимой информации
- г) создание текста

7. Какой вариант ответа НЕ относится к методам сбора информации в журналистике?

- а) эксперимент
- б) наблюдение
- в) анализ
- г) анкетирование

8. Какой из лидов обязательно отвечает на вопросы: кто? что? где? когда?

- а) ударный
- б) бекграунд
- в) суммарный
- г) контрастный

9. Укажите источник информации, который журналист НЕ может использовать в тексте как доказательство:

- а) официальный документ
- б) свидетельства очевидца
- в) слухи
- г) личный документ

10. Какой из перечисленных видов НЕ является составляющей целенаправленного наблюдения?

- а) произвольное
- б) локальное
- в) скрытое
- г) многократное

11. Применение какого метода сбора информации в журналистике ограничено нормами правового и этического характера?

- а) интервью
- б) анкетирование
- в) произвольное наблюдение
- г) включенное наблюдение

12. Как непосредственный, так и опосредованный контакты журналиста с объектом изучения предусматривает метод:

- а) наблюдения
- б) интервьюирования
- в) эксперимента
- г) изучения документов

13. Каким критерием журналист НЕ руководствуется при выборе темы?

- а) очевидность
- б) новизна
- в) общественная значимость
- г) актуальность

14. Какое из перечисленных интервью желательно проводить в доме собеседника?

- а) портретное
- б) импровизационное
- в) деловое
- г) официальное

15. Какой основной метод получения информации использовал М.Кольцов при подготовке репортажей «Три дня в такси», «Семь дней в классе», «В загсе»?

- а) мониторинг
- б) включенное наблюдение
- в) опрос
- г) изучение документов

16. С помощью какого метода, по утверждению специалистов, собирается 75-80% информации, используемой журналистами в текстах?

- а) изучение документов
- б) наблюдение
- в) эксперимент
- г) интервьюирование

17. В журналистике документом в широком смысле принято считать:

- а) письменное свидетельство о чем-либо
- б) любая информация, зафиксированная каким-либо способом
- в) деловая бумага, подтверждающая какой-либо факт или право на что-нибудь
- г) удостоверение личности

18. Какой психологический тип собеседника требует тщательного предварительного изучения предмета беседы?

- а) исповедальный
- б) простодушный
- в) эгоцентрический
- г) научный

19. Журналистскую деятельность можно отнести к следующему типу творчества:

- а) индивидуальному
- б) коллективному
- в) субъективному
- г) смешанному (индивидуально-коллективному)

20. Работа с документами в журналистике это:

- а) способ локализации избранной темы
- б) метод сбора информации
- в) расшифровка записи интервью
- г) систематизация собранной информации

Тест 2

1. – это:

- а) ораторское искусство
- б) жанр
- в) особый род литературы
- г) массовая коммуникация

2. Жанр – это:

- а) исторически сложившийся тип журналистского произведения
- б) утвержденная руководством издания схема газетных текстов
- в) субъективный набор приемов описания
- г) форма газетных текстов, определяемая композиционно-графической моделью издания

3. Главными жанрообразующими признаками являются:

- а) тема, проблема, идея, конфликт
- б) объем, верстка, место в газете, шрифт
- в) предмет, функция, метод, изобразительно-выразительные средства

г) факт, ситуация, событие, явление

4. Какой из перечисленных признаков характеризует все информационные жанры?

а) оперативность

б) аналитичность

в) образность

г) проблемность

5. Какая из предложенных иерархических «цепочек» является правильной:

а) явление – факт – ситуация

б) факт – ситуация – явление

в) ситуация – явление – факт

г) факт – явление – ситуация

6. Предметом заметки является:

а) процесс

б) личность

в) факт, несущий новость

г) мнение

7. Методом жанра заметки является:

а) интервью

б) наблюдение

в) интерпретация события

г) номинация факта

8. Функция заметки это:

а) создание эффекта присутствия

б) оперативное сообщение о факте

в) выявление мнений реципиентов

г) формирование идеала личности

9. В каком из перечисленных жанров предметом исследования является действие, выраженное в слове?

а) репортаж

б) заметка

в) отчет

г) зарисовка

10. В каком из видов отчета журналист в большей степени может использовать комментарий, оценку:

а) аналитический

б) прямой

в) информационный

г) хроникальный

11. Основным структурным элементом интервью является:

а) вопрос

б) повествование

в) описание

г) реплика

12. Форма интервью является:

а) драматургической

б) лирической

в) повествовательной

г) описательной

13. Предметом интервью является:

а) личность

б) беседа

в) мнение

г) событие

14. Предметом отображения в репортаже является:

а) социальный процесс

б) явление

в) проблема

г) событие

15. В каком из жанров более всего проявляется авторское «я»?

а) репортаж

б) отчет

в) заметка

г) интервью

16. «Журналист непременно должен присутствовать на месте события» - для какого жанра это условие является обязательным?

а) заметка

б) отчет

в) репортаж

г) комментарий

17. «Эффект присутствия» является обязательным признаком жанра:

а) интервью

б) отчета

в) заметки

г) репортажа

18. В каком из жанров повествование от первого лица (использование местоимений «я» и «мы») не противоречит жанровой специфике?

а) заметка

б) отчет

в) репортаж

г) обозрение

19. Найдите неправильный вариант ответа на вопрос: «За счет каких средств достигается «эффект присутствия» в репортаже?»

а) деталь

б) подробность

в) использование статистических данных

г) наглядность

20. Методом репортажа является:

а) интервью

б) работа с документами

в) наблюдение

г) анализ прессы

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ																				

Ключ к тесту:

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	в	а	в	а	б	в	г	б	в	а	а	а	в	г	а	в	г	в	в	в

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине
Разработка рекламного продукта

1. Объектом исследования выбранного курса в большей степени является:
А. реклама как средство маркетинговой коммуникации
Б. реклама как общественное явление
В. реклама как культурная ценность
Г. реклама как результат творческой деятельности людей
2. Способность одновременно доходить до большего числа потребителей и относительная дешевизна в расчете на одного потребителя:
А. это сильная сторона рекламы
Б. это слабая сторона рекламы
В. оба ответа верны
3. Реклама уходит своими корнями в далекое прошлое. Какая форма рекламы появилась раньше других:
А. письменная
Б. устная
В. печатная
Г. наглядная
4. Какое изобретение И. Гуттенберга в 1450 году стало поворотным пунктом в развитии рекламы:
А. изобретение оттиска
Б. изобретение краски
В. изобретение печатного станка
Г. изобретение пишущей машинки
5. Дополните «Элементами комплекса продвижения товаров на рынок» являются:
А. стимулирование сбыта
Б. личная продажа
В. формирование общественного мнения
6. Отцом американской рекламы называют:
А. Б. Франклина
Б. Т. Рузвельта
В. Т. Рендо
Г. А. Мануций
7. Товар – это:
А. все, что может удовлетворять потребность или нужду и предлагается на рынке с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления
Б. объединение характерных черт
В. средство для передачи полезных свойств
Г. результат исследований, разработок и производства
8. В число методов маркетингового исследования не входит:
А. наблюдение
Б. опрос
В. анкета

Г. эксперимент

9. Выберите правильную пару:

- А. имидж - реклама – подчеркивает преимущество товара
- Б. реклама стабильности – закрепляет в сознании людей положительный образ товара
- В. стимулирующая реклама – закрепляет достигнутые ранее результаты
- Г. правильного ответа нет

10. «Директ мейл» - это:

- А. рассылка почтовых рекламных отправлений
- Б. реклама в Интернете
- В. график выхода рекламы
- Г. критерий сравнения газетных тарифов на размещение рекламы

11. К преимуществам газет как средства рекламы не относится:

- А. относительно небольшая стоимость размещения рекламы
- Б. оперативность
- В. значительное число вторичных читателей
- Г. хороший охват местного рынка

12. Реклама, призванная утвердить благоприятный образ товара в представлении реальных или потенциальных потребителей, называется:

- А. информационной
- Б. напоминающей
- В. имиджевой
- Г. убеждающей

13. Реклама, которая включает в себя рекламные щиты, афиши, световые вывески, электронные табло, фирменную спецодежду обслуживающего персонала - это:

- А. печатная реклама
- Б. наружная реклама
- В. реклама в прессе
- Г. фирменная реклама

14. Информационно- рекламный материал, небольшое по объему, чаще многоцветное, с рисунками или фотографиями рекламное описание фирмы или конкретного продукта, услуги – это:

- А. каталог
- Б. проспект
- В. информационное письмо
- Г. буклет

15. Реклама – двигатель торговли:

- А. это рекламный лозунг
- Б. это коммерческое предложение
- В. это рекламный слоган
- Г. это молодежный сленг

16. Выберите самое лучшее по степени восприятия цветовое сочетание:

- А. черный на желтом
- Б. красный на зеленом
- В. синий на белом
- Г. красный на белом

17. К наиболее важным недостаткам рекламы вы бы отнесли:

- А. неспособность на диалог с аудиторией

- Б. отсутствие подхода к каждому потребителю**
- В. не может работать без бесполезной аудитории**
- Г. связана с большими расходами**

18. После ответов на предложенные вопросы, рекламу уместнее назвать:

- А. литературным шедевром**
- Б. прибыльным делом**
- В. основным средством коммуникации потребителя с производителем**
- Г. творческой деятельностью**

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине *Литературное редактирование*

1. Что является целью литературного редактирования? (Выберите наиболее полный, на ваш взгляд, ответ.)

1. Исправление стилистических ошибок и погрешностей при подготовке рукописи к публикации:
2. Комплексное улучшение содержания и формы текста при подготовке рукописи к публикации.
3. Исправление стилистических и логических погрешностей при подготовке рукописи к публикации.
4. Исправление авторской концепции при подготовке рукописи к публикации.

2. Какие виды чтения относятся к профессиональным редакторским? (Выберите вариант, содержащий только правильные ответы.)

1. Ознакомительное, углубленное, шлифовочное.
2. Информационное, справочное, вычитка.
3. Углубленное, учебное, корректура.
4. Информационное, шлифовочное, скорочтение.

3. Каковы пределы редакторского вмешательства в текст?

1. Редактор может менять литературную форму и авторскую концепцию по своему усмотрению.
2. Редактор может исправлять стилистические погрешности, не искажая авторской концепции и не анализируя содержания.
3. Редактор исправляет форму и содержание текста, не искажая авторской концепции и ограничиваясь необходимым минимумом исправлений.
4. Редактор исправляет только стилистические и композиционные погрешности.

4. Какое свойство текста обеспечивает его смысловое единство?

1. Наличие смысловых скважин.
2. Связность.
3. Целостность.

4. Закрепленность на определенном материальном носителе.

5.. Соблюдение какого свойства текста является условием его смысловой целостности?

1. Связность.
2. Наличие смысловых скважин.
3. Проспекция.
4. Ретроспекция.

6. Какой операцией начинается процесс подготовки рукописи к публикации?

1. Правка-вычитка.
2. Аналитическое чтение.
3. Ознакомительное чтение.
4. Правка-обработка.

7. Какие цели ставятся при правке-обработке? (Выберите наиболее полный ответ, не содержащий ошибочных утверждений.)

1. Литературная отделка текста, проверка и уточнение содержания текста, мысли автора.
2. Исправление фактических и стилистических ошибок.
3. Совершенствование жанровой формы текста.
4. Исправление авторской концепции, устранение фактических ошибок, композиционных и стилистических недочетов.

8. Какие операции предполагает методика логического анализа текста?

1. Членение текста на смысловые части, составление плана авторского варианта текста.
2. Выделение имен, суждений (упрощение текста при необходимости), выделение связок, проверка верности имен и суждений путем их внутритекстового соотнесения между собой и с контекстом.
3. Проверка правильности неконкретизированных формулировок, точности наименования объектов действительности, правильности союзов и текстообразующих вводных слов.

4. Специальных приемов логического анализа, отличающихся от общих приемов анализа фактического материала, не существует.

9. Какие из перечисленных единиц относятся к логическим связкам? (Выберите наиболее полный ответ, не содержащий ошибочных утверждений.)

1. Союзы, частицы, вводные слова, знаки препинания, предлоги с обстоятельственными значениями.

2. Союзы, вводные слова, междометия, связки между подтемами текста.

3. Союзы, вводные слова, любые предлоги, абзацы.

4. Повторные наименования описываемых явлений, союзы, вводные слова.

10. Какой из логических законов нарушены в утверждении «Еще неизвестно, сколько будет выделено денег, но уже сейчас ясно, что этой суммы будет недостаточно»?

1. Закон тождества.

2. Закон противоречия.

3. Закон исключенного третьего.

4. Закон достаточного основания.

11. Какой закон логики нарушен в утверждении «Козероги больше любят творить добро, при этом ими движет не только желание помочь. Может быть, поэтому Козероги недоверчивы и консервативны»?

1. Закон тождества.

2. Закон противоречия.

3. Закон исключенного третьего.

4. Закон достаточного основания.

12. На каком этапе работы над рукописью проводится анализ композиции текста?

1. Во время правки-обработки.

2. Во время углубленного чтения.

3. Во время шлифовочного чтения.

4. Во время вычитки.

13. Какие из перечисленных недостатков относятся к композиционным"?

1. Заявленные и неразвитые или излишне детализированные подтемы.
2. Частичная или полная подмена понятий.
3. Игнорирование тезиса.
4. Порочный круг.

14. В какой разновидности текстов возможна открытая концовка?

1. Это невозможно вообще.
2. В краткой информации.
3. В аналитических жанрах.
4. В художественной критике.

15. Какая из перечисленных операций относится к методам анализа композиции?

1. Составление плана, выделение рамочных элементов текста.
2. Членение текста на высказывания и определение связей между ними.
3. Выделение фактической основы и проверка правильности фактов.
4. Перегруппировка данных на основе другого логического принципа.

16. По каким признакам можно узнать повествовательный текст?

1. По перечислению наблюдаемых признаков предмета, оформленному преимущественно глаголами несовершенного вида.
2. По цепи событий, представленной в хронологической последовательности и оформленной преимущественно глаголами прошедшего времени совершенного вида.
3. По причинно-следственным связям между элементами предметно-логической основы текста.
4. Выше не названы отличительные черты повествования.

17. Какие из перечисленных пороков текста свойственны плохо составленному повествованию?

1. Излишняя детализация, неправильный выбор элементов, нехарактерных, не создающих целостной картины в представлении читателя.

2. Неправильный выбор узлов, не продвигающих изложение, не обуславливающих появление других узлов; нарушение хронологии в их расположении.
3. Нарушение причинно-следственных связей, отношений обоснования, игнорирование тезиса.
4. Выбор несущественных или просто искажающих фактическую основу текста признаков понятия.

18. Какой из приведенных ответов раскрывает суть определения как вида текста?

1. Перечисление характерных наблюдаемых, видимых признаков предмета, явления, ситуации.
2. Рассказ о событиях, представленный в хронологической последовательности его отдельных узлов.
3. Перечисление наиболее важных, ранее установленных признаков предмета, явления, как наблюдаемых, так и не наблюдаемых.
4. Исследование явлений, углубление наших знаний о мире, извлечение нового знания из связей ранее известных, установленных фактов.

19. Какие способы изложения относятся к изобразительным? (Выберите вариант ответа, не содержащий ложных утверждений.)

1. Определение и рассуждение.
2. Определение и описание.
3. Описание и рассуждение.
4. Описание и повествование.

20. Каковы характерные пороки описания?

1. Выбор узлов, не продвигающих изложение вперед, нарушение хронологии событий.
2. Выбор нехарактерных элементов, не создающих целостной картины, нарушение принципа их систематизации (например, от части к целому или наоборот).

3. Нечеткая демонстрация, невнятно сформулированный тезис, неубедительные аргументы.

4. Логическое неравенство объемов частей, неопределенность объема понятия, порочный круг.

21. Каковы характерные пороки определения?

1. Выбор узлов, не продвигающих изложение вперед, нарушение хронологии событий.

2. Выбор нехарактерных элементов, не создающих целостной картины, нарушение принципа их систематизации (например, от части к целому или наоборот).

3. Нечеткая демонстрация, невнятно сформулированный тезис, неубедительные аргументы.

4. Логическое неравенство объемов частей, неопределенность объема понятия, порочный круг.

22. Что понимается в редактировании под фактом?

1. Современное событие, имеющее общественный интерес.

2. Исторические события, факт биографии.

3. Любой элемент внетекстовой действительности, включая неконкретизированную формулировку.

4. Любое событие, которому посвящен журналистский текст.

23. Что такое анализ фактов с точки зрения их функциональной нагрузки в тексте?

1. Оценка их новизны, познавательной ценности, достаточности для раскрытия темы.

2. Проверка достоверности, точности фактического материала.

3. Определение места факта в смысловой структуре текста.

4. Ни одно из определений не отвечает на заданный вопрос.

24. Какие приемы работы используются для проверки точности и достоверности фактического материала?

1. Конкретизация представления, сопоставление повторяющихся и связанных по смыслу фактов внутри текста и с тем, что известно по теме.
2. Определение смысловой структуры текста и выявление роли факта в ней.
3. Выделение подтем, составление плана текста.
4. Выделение элементов описания и проверка принципа их систематизации.

25. Когда редактор прибегает к внешней проверке фактического материала?

1. После ознакомительного чтения.
2. После вычитки.
3. Когда не хватает возможностей внутренней проверки.
4. Всегда.

26. Какие методы используются для проверки статистического материала?

1. Группировка данных на основе какого-либо логического принципа (например, возрастания, убывания), перегруппировка на основе иного логического принципа.
2. Сплошная проверка по статистическим справочникам.
3. Консультации со специалистом.
4. Метод не назван.

27. Что означает понятие «точность цитирования» в применении к текстам СМИ? (Выберите наиболее полный ответ.)

1. Соблюдение орфографии и пунктуации цитаты.
2. Отсутствие смысловых искажений.
3. Первое и второе, вместе взятые.
4. Буквальная и смысловая точность, правописание по современным нормам.

28. Где располагаются логические подлежащие в таблице?

1. В головке и боковике.
2. В хвостовой части.

3. В прографке.

4. В хвостовой части и прографке.

29. Сопоставляемые фактические данные в таблице удобнее всего располагать:

1. по горизонтали в строках;

2. по вертикали в графах;

3. и по горизонтали, и по вертикали;

4. все равно как.

30. Какие правила необходимо соблюдать при работе с цифровыми данными?

1. Заботиться о наглядности и понятности цифр, их сопоставимости между собой, не перегружать текст цифрами.

2. Располагать цифровые данные в рамочных элементах текста.

3. Не употреблять цифр вообще.

4. Работа с цифрами ничем не отличается от работы с любым другим фактическим материалом.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Реклама в интернет-СМИ

1. Выберите синоним информационного общества:

- а) аграрное
- б) индустриальное
- в) постиндустриальное

2. Возникновение информационного общества связано с:

- а) изобретением книгопечатания
- б) буржуазной революцией
- в) появлением микропроцессора
- г) появлением спутникового телевидения

3. Какой из перечисленных ниже признаков не относится к информационному обществу:

- а) конвергенция СМИ
- б) ценность интеллектуальной собственности
- в) использование компьютерных технологий
- г) ценность индивидуального труда

4. Теория «глобальной деревни» принадлежит:

- а) М.Маклюэну
- б) Д.Бэллу
- в) М.Кастельсу
- г) А.Тоффлеру

5. Какая из перечисленных особенностей характерна для СМИ в информационном обществе:

- а) ведущая роль печатных СМИ
- б) соединение различных видов информации в единый информационный поток
- в) увеличение количества аналитической информации
- г) преобладание больших по объему текстов

6. Укажите, какие из жанров редко встречаются в Интернет-СМИ?

- а) очерк
- б) заметка
- в) корреспонденция
- г) эссе

7. Язык интерактивных СМИ изменяется из-за:

- а) проникновения в него разговорного дискурса
- б) проникновения в него научной терминологии
- в) деградации культуры речи
- г) визуализации информации

8. К средствам массовой коммуникации в Интернете не относятся

- а) Телеконференции
- б) Электронная почта
- в) IRC (Internet Relay Chat)
- г) WWW (World Wide Web) «Всемирная паутина»

9. Типологическое моделирование – это

- а) Вид практической деятельности по созданию и уточнению типологической концепции издания
- б) Научное изучение изданий или какой-либо системы печати
- в) Создание формализованной модели системы печати
- г) Выявление новых типов изданий

10. Интернет-коммуникации основаны на:

- а) иерархической структуре
- б) сетевой структуре
- в) зонтичной структуре
- г) пирамидальной структуре

11. Интернет относят:

- а) к локальным сетям
- б) к глобальным сетям
- в) к сетям удаленного доступа
- г) к корпоративным сетям

12. Один из недостатков Интернет-СМИ – это:

- а) относительно невысокий уровень достоверности
- б) низкая скорость распространения информации
- в) дороговизна оборудования
- г) низкая периодичность

13. В интернет-СМИ преобладают:

- а) информационные публикации
- б) очерковые публикации
- в) сатирические публикации
- г) научно-популярные публикации

14. Хостинг – это:

- а) предоставление доступа в Интернет
- б) предоставление места на сервере для сайта

- в) оформление интернет-сайта
г) программирование в Интернете

15. В каком году Россия вошла в Интернет-пространство?

- а) в 1974
б) в 1984
в) в 1994
г) в 2000

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

Ответ	в	в	г	а	б	а	а	б	а	б	б	а	а	б	в

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Речевое воздействие в рекламе и СО

1. Как понимали риторику в Древней Греции?

- 1) искусство говорить
- 2) искусство убеждать
- 3) искусство понимать
- 4) искусство отвечать

2. Выберите верную последовательность ступеней риторического процесса?

- 1) инвенция, диспозиция, элокуция, запоминание, исполнение
- 2) запоминание, диспозиция, элокуция, инвенция, исполнение
- 3) диспозиция, элокуция, запоминание, инвенция, исполнение
- 4) элокуция, запоминание, диспозиция, инвенция, исполнение

3. Среди перечисленных выберите потребности, активно эксплуатируемые рекламщиками (по А.Х. Маслоу)?

- 1) физиологические
- 2) самосохранения
- 3) в любви
- 4) в уважении
- 5) в вознаграждении за собственные труды
- 6) в самоутверждении
- 7) в бессмертии

4. Какой метод используется в рекламе для формирования у потребителя мотива избавления?

- 1) метод интуитивного моделирования результата
- 2) метод интуитивного представления ситуации
- 3) метод когнитивного моделирования результата
- 4) метод когнитивного моделирования проблемной ситуации

5. Каково содержание стратегии интенсификации?

- 1) преувеличение собственных достоинств
- 2) преуменьшение собственных недостатков и чужих достоинств
- 3) преувеличение недостатков аналогичного товара
- 4) все перечисленные элементы

6. Какой фактор необходимо учитывать при декодировке информации в простейшем коммуникативном акте?

- 1) содержание сообщения
- 2) утрату части сообщения в процессе передачи
- 3) привнесение новых смыслов в сообщение в процессе передачи
- 4) тип канала связи

7. Какой прием ввода имплицитной информации характеризуется так: аргументация может строиться как навязывание своего пути рассуждения в форме якобы самостоятельного логического вывода по принципу «Судите сами»?

- 1) семантические пресуппозиции
- 2) вопросительные конструкции с имплицитной семантикой
- 3) логика абсурда и наглая аналогия
- 4) имплицитная логическая связь
- 5) опровержение скрытого тезиса
- 6) апелляция к авторитетам и фонду общих знаний

8. Какой прием использован в рекламе сока «Фруктовый сад»: «Взгляни на мир по-детски, легко и беззаботно. Счастье есть. «Фруктовый сад»?

- 1) апелляция к авторитетам и фонду общих знаний
- 2) вопросительные конструкции с имплицитной семантикой
- 3) эллидированные сравнения
- 4) имплицитная логическая связь
- 5) опровержение скрытого тезиса
- 6) апелляция к авторитетам и фонду общих знаний

9. Какой стилистический прием используется в рекламе для замены нежелательного слова?

- 1) эвфемизации
- 2) стилизации
- 3) преувеличения
- 4) отвлечения

10. В каком из перечисленных слов уровень абстракции максимально высок?

- 1) врач
- 2) учитель
- 3) менеджер
- 4) банкир

11. Какой манипуляционный ресурс использован в рекламном слогане автомагнитолы: Истинный звук для истинных ценителей?

- 1) овеществление
- 2) олицетворение
- 3) эвфемизация
- 4) эпитет

12. Какой прием манипуляции используется в шутке: «Это не друг – это мой брат»?

- 1) взаимодополнения
- 2) взаиморавенства
- 3) взаимоуничтожения
- 4) взаимоисключения

13. Какой элемент семантической структуры слова ВОР имеет наибольшее воздействие?

- 1) денотативное
- 2) коннотативное
- 3) сигнификативное
- 4) денотативное и сигнификативное
- 5) коннотативное и сигнификативное
- 6) денотативное и коннотативное

14. Какой прием стилистической коннотации использован в следующем примере: «Вас коллега искал. На предмет положения на стол книги»?

- 1) стилистической аналогии
- 2) стилистической многозначности
- 3) стилистического контраста
- 4) стилистического отвлечения

15. На чем основана языковая игра в выражении: «Хорошее дело браком не назовешь»?

- 1) на синонимии
- 2) на паронимии
- 3) на омонимии
- 4) на антонимии

16. Выберите из перечисленных морфологические приемы воздействия.

- 1) грамматические контрасты
- 2) категория залога
- 3) видовые значения
- 4) переход относительных прилагательных в качественные

17. Какой прием актуализации смысла использован во фразе: «Потому что здесь нам жить» ?

- 1) парцелляция
- 2) инверсия
- 3) параллелизм
- 4) метафора

18. Объясните сущность термина «Стратегия интенсификации»

19. Объясните сущность термина «Стратегия приуменьшения»

20. Объясните сущность термина «Аннулирующее преобразование»

21. Объясните сущность термина «Фингирующее преобразование»

22. Объясните сущность термина «Стратегия редукционизма»

23. Какой прием ввода имплицитной информации использован в следующем утверждении: *Гармония полов существует. Доказано салоном «Каспер» (напольные покрытия)*

- 1) логика абсурда
- 2) опровержение скрытого тезиса
- 3) свернутое сравнение
- 4) коммуникативные имплицатуры

24. Определите, какие из приведенных фраз воспринимаются как аномальные, а какие – нет?

- 1) Петя идет по улице.
- 2) Петя гуляет по Москве.
- 3) Он идет по Московской области
- 4) Он гуляет по России
- 5) А Танечка и Ванечка – в Африку бегом

25. Какой прием воздействия заложен в следующих слоганах: *Wella. Вы великолепны. Revlon. Революция цвета для губ. Ikea. Идеи в подарок. Би лайн. Be happy!?*

- а) Эпитет
- б) Метафора
- в) Анафора
- г) Рифма

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Риторика

1. Какое требование не характерно для современной риторики?

- а) Функциональность.
- б) Смысловая насыщенность.
- в) Умение слушать другого.
- г) Манипулирование сознанием.

2. Взгляды на риторическую науку изложил в книгах «Об ораторе», где представлен образ идеального оратора-философа

- а) Аристотель.
- б) Сократ.
- в) Цицерон.
- г) Квинтилиан.

3. 2 закон риторики – это

- а) Закон эмоциональности.
- б) Закон удовольствия.
- в) Закон продвижения и ориентации адресата.
- г) Закон гармонизирующего диалога.

4. Желательно, чтобы публичная речь (уберите лишнее)

- а) Содержала элементы импровизации.
- б) Дополнялась требованиями нравственности (этосом).
- в) Была проблематична.
- г) Ограничивалась минимальным количеством жестов и мимических реакций оратора.

5. Какой из текстов можно отнести к сфере академического красноречия?

- а) Текст – важнейшее лингвистическое понятие. В нем сходятся все сведения о языке, речи. Текст – это реальная единица общения.
- б) Болтать могут все, даже те, кто никогда этим не занимался. Говорить умеют лишь немногие.
- в) Что мы имеем на сегодняшний день в смысле дальнейшего развития товарной линии производства молочной продукции и ликвидации ее отставания.
- г) Лучше вкушать шоколад с самоосуждением, чем поститься с ропотом и унынием.

6. Местом рождения судебного красноречия является

- а) Древняя Греция.
- б) Древний Рим.
- в) Древний Египет.
- г) Палестина.

7. Область социальной психологии и семиотики, занимающаяся изучением пространственной и временной знаковой системы общения – это

- а) Такесика.
- б) Просодика.
- в) Проксемика.
- г) Кинесика.

8. Совокупность телодвижений (жестов, мимики), применяемых в процессе человеческого взаимодействия (за исключением движений речевого аппарата).

- а) Такесика.
- б) Просодика.
- в) Проксемика.
- г) Кинесика.

9. Для какого типа аудитории необходимо продумать увлекательное начало, которое позволяет сразу же захватить внимание; максимально использовать приемы захвата и поддержания внимания; говорить с повышенной эмоциональностью; чаще обращаться к аудитории и отдельным слушателям; показать аудитории возможные выгоды от прослушивания вашего выступления; говорить коротко?

- а) Женская.
- б) Мужская.
- в) Индифферентная.
- г) Молодёжная.

10. Для какого типа аудитории необходимо использовать умеренную эмоциональность; дедуктивную подачу материала; не делать слишком явно выводы за аудиторию; использовать более абстрактное изложение; рассматривать 2–3 вопроса; давать обязательно аргументацию выдвигаемого тезиса?

- а) Женская.
- б) Мужская.
- в) Индифферентная.
- г) Молодёжная.

11. Какую эмоцию легче распознать по мимике мужчин (по сравнению с женщинами)?

- а) Горе.
- б) Страх.
- в) Гнев.
- г) Отвращение.

12. Эклектика - это

- а) достижение истины, в том числе и некорректными приемами
- б) сознательное применение в споре или в доказательствах неправильных доводов, т. е. всякого рода уловок, замаскированных внешней, формальной правильностью.
- в) достижение истины корректными приемами
- г) искусство изощренной аргументации, позволяет выставить предмет обсуждения или последовательность чьих-либо мыслей в нужном свете, не всегда соответствующем действительности.

13. Среди корректных приёмов ведения спора можно выделить

- а) «аргумент к публике»
- б) «аргумент к личности»
- в) «ссылка на авторитеты»
- г) «эффект внезапности»

14. Не загоняйте собеседника в угол. Дайте ему возможность «сохранить лицо». Часто собеседник не соглашается с нами только потому, что это ассоциируется с потерей его достоинства гласит

- а) Правило Гомера.
- б) Правило Аристотеля.
- в) Правило Паскаля.
- г) Правило Сократа.

15. Для положительного ответа на ваш очень важный вопрос (решение), поставленный на 3-е место, предвосхитите его 2-мя короткими вопросами, на которые собеседник без затруднений ответит «да» гласит

- а) Правило Гомера.
- б) Правило Аристотеля.
- в) Правило Паскаля.
- г) Правило Сократа.

16. Лучший костюм для оратора – это

- а) Костюм очень яркого цвета, выделяющий его на фоне аудитории.
- б) Строгий английский костюм синего цвета и светлая рубашка.
- в) Чёрный костюм.
- г) Классические джинсы и водолазка.

17. Какой из этапов риторического канона предполагает перегруппировку идей и их построение в том порядке, в каком они бы выполнили главную задачу речи?

- а) Инвенция.
- б) Диспозиция.
- в) Элокуция.
- г) Меморио.

18. Элементы риторического канона располагаются в следующей последовательности

- а) Инвенция, диспозиция, элокуция, меморио, акцио.
- б) Диспозиция, инвенция, элокуция, меморио, акцио.
- в) Инвенция, диспозиция, элокуция, акцио, меморио
- г) Инвенция, элокуция, диспозиция, меморио, акцио

19. Это специфические привычки человека, связанные с движениями рук. Это бывают: а) почесывания, подергивания отдельных частей тела; б) касания, пошлепывания партнера; в) поглаживание, перебирание отдельных предметов, находящихся под рукой (карандаш, пуговица и т. п.).

- а) Жесты-модификаторы.
- б) Жесты-афффекторы.
- в) Жесты-регуляторы.
- г) Жесты-адапторы.

20. П. Сопер предложил классификацию выступлений по цели, среди которых он выделил

- а) Информационное, убеждающее, развлекательное.
- б) Информационное, агитационное, убеждающее.
- в) Информационное, убеждающее, внушающее.
- г) Информационное, агитационное, комментирующее.

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ																				

Ключ к тесту:

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	г	в	в	г	а	а	в	г	в	б	а	а	г	в	г	б	б	а	г	а

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине **«Русская литература и культура»**

Тесты по курсу "Русская литература и культура".

Как называется первый поэтический сборник Н.Заболоцкого?

- А. «Вечер»
- Б. «Камень»
- В. «Столбцы»
- Г. «Сестра моя – жизнь»

В какое литературное объединение входил Д.Хармс?

- А. «Цех поэтов»
- Б. ОБЭРИУ
- В. «Арзамас»
- Г. ЛЕФ

Какой из этих романов не входит в трилогию А.Толстого «Хождение по мукам»?

- А. «Сёстры»
- Б. «Хмурое утро»
- В. «Аэлита»
- Г. «1918 год»

Какая часть «Реквиема» А.Ахматовой создана позже других?

- А. Вместо предисловия
- Б. «Распятие»
- В. Эпилог
- Г. Эпиграф

Кто автор поэмы «Соляной бунт»?

- А. П.Васильев
- Б. Б.Корнилов
- В. В.Луговской
- Г. С.Кирсанов

В какой город мечтал уехать Остап Бендер?

- А. Буэнос-Айрес
- Б. Рио-де-Жанейро
- В. Хельсинки
- Г. Магадан

Замуж за кого выходит Дуняшка в романе-эпопее «Тихий Дон»?

- А. Митьку Коршунова
- Б. Мишку Кошевого
- В. Христоню
- Г. Штокмана

Вопрос по какой своей поэме мог вытянуть А.Твардовский, обучаясь в МИФЛИ?

- А. «Тёркин на том свете»
- Б. «Дом у дороги»
- В. «Страна Муравия»
- Г. «По праву памяти»

Как называется первое произведение И.Шмелёва, написанное в эмиграции?

- А. «Солнце мёртвых»
- Б. «Лето Господне»
- В. «Богомолье»
- Г. «Пути небесные»

Кто послужил прототипом поэта Заэфратского в романе К.Вагинова «Козлиная песнь»?

- А. А.Блок
- Б. Н.Гумилёв

В. И. Анненский

Г. К. Случевский

Как закончилась жизнь Паши Антипова в романе Б. Пастернака «Доктор Живаго»?

А. Расстрелян большевиками

Б. Погиб на фронте

В. Попал под поезд

Г. Застрелился

Кто из этих русских писателей не является лауреатом Нобелевской премии?

А. И. Бунин

Б. В. Набоков

В. М. Шолохов

Г. Б. Пастернак

Какое из этих произведений Б. Зайцева не входит в так называемые «повести смертей»?

А. «Анна»

Б. «Авдотья-смерть»

В. «Странное путешествие»

Г. «Тишина»

К кому обращено стихотворение А. Ахматовой «Невидимка, двойник, пересмешник...»

А. К А. Блоку

Б. К М. Цветаевой

В. К О. Мандельштаму

Г. К Л. Рейснер

В каком году состоялась первая встреча А. Ахматовой и М. Цветаевой?

А. В 1912

Б. В 1917

В. В 1922

Г. В 1941

Анекдоты из чьей жизни сочинял Д. Хармс?

А. Пушкина

Б. Фета

В. Троцкого

Г. Сталина

К какому произведению мировой литературы восходит название романа А. Солженицына «В круге первом»?

А. «Илиада»

Б. «Божественная комедия»

В. «Фауст»

Г. «Кавалер Золотой звезды»

Кто послужил прототипом Льва Рубина из романа А. Солженицына «В круге первом»?

А. А. Сахаров

Б. Л. Копелев

В. В. Шаламов

Г. Л. Гумилёв

Кем по своим убеждениям является Иконников, герой романа-эпопеи В. Гроссмана «Жизнь и судьба»?

А. Космополитом

Б. Анархистом-индивидуалистом

В. Толстовцем

Г. Меньшевиком

Как называется роман А. Битова?

А. «Пушкинский дом»

Б. «Дом на набережной»

В. «Дом, который построил Свифт»

Г. «Дом у дороги»

В каком из этих городов жил и работал Ф.Искандер в 1955-56 гг.?

А. Тбилиси

Б. Ереван

В. Хабаровск

Г. Курск

Как изначально должен был называться рассказ А.Солженицына «Матрёнин двор»?

А. «Где моя деревня?»

Б. «Не поётся птице в клетке»

В. «Не стоит село без праведника»

Г. «Хочу быть честным»

Кто автор слов к песне «14 минут до старта»?

А. Б.Окуджава

Б. В.Высоцкий

В. В.Войнович

Г. В.Аксёнов

Как зовут отца дяди Сандро в романе Ф.Искандера «Сандро из Чегема»?

А. Автандил

Б. Хабуг

В. Чичико

Г. Платон

Кто автор стихотворения «Я умру в крещенские морозы»?

А. И.Бродский

Б. Ю.Левитанский

В. Г.Горбовский

Г. Н.Рубцов

Какого из этих коктейлей нет в поэме В.Ерофеева «Москва – Петушки»?

А. Ханаанский бальзам

Б. Слеза комсомолки

В. Сучий потрох

Г. Троекратный поцелуй

Где начинается и заканчивается действие поэмы В.Ерофеева «Москва – Петушки»?

А. На Курском вокзале

Б. В подъезде

В. На Красной площади

Г. В вытрезвителе

Как называлась статья, давшая старт кампании против И.Бродского?

А. «С кем вы, мастера культуры?»

Б. «Окололитературный трутень»

В. «О шестистопном бесцезурном ямбе»

Г. «Волк в овечьей шкуре»

Какой из рассказов, входящих в роман В.Астафьева «Царь-рыба», был опубликован только в 1990-м году?

А. «Уха на Боганиде»

Б. «Сон о Белых горах»

В. «Рыбак Грохотало»

Г. «Не хватает сердца»

Как предлагал называть себя писатель В.Войнович?

А. Писателем-реалистом

Б. Писателем-авангардистом

В. Писателем-гротескистом

Г. Великим писателем Земли Русской

Как называется одна из ранних повестей В.Аксёнова?

А. «Апельсины из Марокко»

Б. «Мандарины из Египта»

В. «Бананы из Израиля»

Г. «Перцы из Болгарии»

Какому празднику И.Бродский посвятил целый ряд стихотворений?

А. Дню Победы

Б. Пасхе

В. Рождеству

Г. Международному Женскому Дню

Какой факультет назван в романе Ю.Домбровского «Факультетом ненужных вещей»?

А. Физико-математический

Б. Филологический

В. Юридический

Г. Историко-педагогический

Кому из этих писателей С.Довлатов отправил телеграмму со словами «Будь здоров, школяр!»?

А. В.Аксёнову

Б. В.Шукшину

В. Б.Окуджаве

Г. В.Гроссману

Что предлагал показать туристам за дополнительные 30 копеек Стасик Потоцкий в повести С.Довлатова «Заповедник»?

А. Неизвестный портрет Пушкина

Б. Настоящую могилу Пушкина

В. Рисунки Пушкина

Г. Дуб, посаженный Пушкиным

Героем какого рассказа В.Шукшина является Глеб Капустин?

А. «Крепкий мужик»

Б. «Упорный»

В. «Мастер»

Г. «Срезал»

В каком романе Ф.Абрамова есть главы «Из жития Евдокии-великомученицы»?

А. «Братья и сёстры»

Б. «Две зимы и три лета»

В. «Пути-перепутья»

Г. «Дом»

Какое из этих произведений появилось раньше остальных?

А. В.Аксёнов. «Звёздный билет»

Б. В.Войнович. «Мы здесь живём»

В. А.Гладилин «Хроника времён Виктора Подгурского»

Г. А.Солженицын. «Один день Ивана Денисовича»

Какое из этих произведений Ю.Трифорова не входит в цикл московских повестей?

А. «Обмен»

Б. «Предварительные итоги»

В. «Другая жизнь»

Г. «Старик»

В каком произведении Ч.Айтматова повествуется о манкуртах?

А. «Прощай, Гульсары!»

Б. «Пегий пёс, бегущий краем моря»

В. «И дольше века длится день»

Г. «Плаха»

Часть какого произведения К.Воробьёва была опубликована в 1967 году под названием «Тётка Егориха»?

А. «Сказание о моём ровеснике»

Б. «Почём в Ракитном радости»

В. «Друг мой Момич»

Г. «Вот пришёл великан...»

Кто автор статьи «Писатель, читатель и критик»?

А. В.Лакшин

Б. И.Дедков

В. В.Полторацкий

Г. С.Рассадин

Какой из этих рассказов не входит в роман Ф.Искандера «Сандро из Чегема»?

А. «Игроки»

Б. «Пир Валтасара»

В. «Пастух Махаз»

Г. «Богатый портной и хиромант»

Теоретиком чего был в романе В.Орлова «Альтист Данилов» скрипач Земский?

А. Тишизма

Б. Парадоксализма

В. Неореализма

Г. Синтетизма

С каким героем в романе В.Аксёнова «Остров Крым» наиболее тесно связан мотив прозрения?

А. Фредди Бутурлин

Б. Виталий Гангут

В. Марлен Кузенков

Г. Олег Степанов

Как называется одно из стихотворений А.Кушнера?

А. «Отказ от прозы»

Б. «Отказ от поэмы»

В. «Отказ от спиртного»

Г. «Отказ от дольника»

Какой из этих рассказов Е.Носова имеет прямое отношение к публицистике?

А. «Храм Афродиты»

Б. «На дальней станции сойду»

В. «Алюминиевое солнце»

Г. «Пятый день осенней выставки»

В каком из "Колымских рассказов" В.Шаламов пишет: "Каждая минута лагерной жизни - отравленная минута"?

А. "На представку"

Б. "Плотники"

В. "Шерри-бренди"

Г. "Красный Крест"

Главным героем какой из "Сентиментальных повестей" М.Зощенко является Иван Иванович Белокопытов?

А. "Коза"

Б. "Аполлон и Тамара"

В. "Люди"

Г. "Сирень цветёт"

Занятия в интерактивной форме

Лекции

Тема: «Деревенская проза»

Проблемные вопросы:

1. Время и причины возникновения понятия «Деревенская проза»
2. «Районные будни» В.Овечкина как текст, определивший дальнейшие пути развития «деревенской прозы»
3. Вопрос о роли А.И. Солженицына в появлении и становлении «деревенской прозы».
4. Проблематика творчества В.П. Астафьева. Взаимодействие в творчестве писателя деревенской и военной тематики.
5. Место в рамках «деревенской прозы» тетралогии Ф.Абрамова «Братья и сёстры»
6. В чём нехарактерность «чудинки» Глеба Капустина по сравнению с другими «чудиками» В.М. Шукшина?.

Тема: «Роман-эпопея В.С. Гроссмана «Жизнь и судьба» и военная проза».

Проблемные вопросы:

1. «В окопах Сталинграда» В.Некрасова, «Дни и ночи» К.Симонова, «Волоколамское шоссе» А.Бека как произведения, положившие начало правдивому изображению Великой Отечественной войны в художественной прозе.
2. «Поколение лейтенантов» как «вторая волна» военной прозы.
3. Тема плена в творчестве К.Д. Воробьёва: причины появления и эволюция.
4. История создания и публикации романа В.С. Гроссмана «За правое дело». Арест рукописи романа-эпопеи «Жизнь и судьба».
5. Толстовские традиции в романе «Жизнь и судьба» и отход от них.
6. Противостояние в романе «Жизнь и судьба» командиров и комиссаров, его причины. Конфликты Новикова и Гетманова, Грекова и Крымова, Ершова и Осипова.
7. Г. Я. Бакланов как выдающийся мастер содержательной детали (на материале романа «Июль 41-го года»).

Тема: «Жизнь и творчество А.И. Солженицына»

Проблемные вопросы:

1. История ареста и заключения А.И. Солженицына. Лагерное творчество писателя.
2. Публикация повести «Один день Ивана Денисовича». Какую роль здесь сыграли А.Т. Твардовский и Н.С. Хрущёв?
3. Образ главного героя в повести «Один день Ивана Денисовича». Почему Солженицыну понадобился именно такой характер? Рецепты выживания в лагерных условиях. Иван Денисович и другие заключенные (Буйновский, Цезарь Маркович, Фетюков, Тюрин).
4. Солженицын и «деревенская проза». Почему «Матрёнин двор» казался Твардовскому более опасным, нежели «Один день Ивана Денисовича»? Основные положения статьи В.Лакшина «Писатель, читатель и критик».
5. Нержин и Рубин как друзья-противники в романе «В круге первом». В чём смысл названия романа?. Каковы основные причины, заставившие Володина позвонить в американское посольство? Кто из героев романа изобретает «язык прекрасной ясности» и с какой целью?.
6. История высылки Солженицына из СССР и его возвращения в Россию. Публицистика писателя. «Жить не по лжи» как основной нравственный принцип, провозглашённый А.И. Солженицыным. Как вы понимаете термин «образованщина», введённый писателем?

Тема: «Поэзия 1950-х – 1980-х годов».

Проблемные вопросы:

1. Почему «оттепель» привела к такому явлению, как «поэтический бум». Каковы наиболее характерные черты поэтики А. Вознесенского, Е.Евтушенко и Б.Ахмадулиной? Что такое «корневая рифма»? В чём творчестве она наиболее часто встречается?
2. В чём причины обвинения И.Бродского в тунеядстве и последующего его ареста? Бродский, Е. Рейн и А.Кушнер: точки соприкосновения и отталкивания. «Рождественские стихи» Бродского. Тема одиночества в поэзии И.Бродского и Н. Рубцова: в чём причины противоположного её осмысления? Образы русских поэтов в поэзии и эссеистике А.С. Кушнера.
3. Война в творчестве поэтов-фронтовиков (Ю.Друнина, Л.Мартынов, Б. Слуцкий, Д. Самойлов).
4. Средства создания комического эффекта в поэзии И.М. Иртеньева. Иртеньев как мастер парадоксальных концовок.
5. Как создаётся образ времени в стихах Олега Чухонцева и Наума Коржавина?
6. Древность и современность в художественном осмыслении В.Сосноры.

7. Авторская песня. Основные мотивы поэзии Б.Ш. Окуджавы. В чём художественное своеобразие ролевой лирики В.С. Высоцкого?

Занятия в интерактивной форме

Практические

Тема: Военная тематика в прозе конца XX – начала XXI вв.

Вопросы к дискуссии:

1. Роман-эпопея В.П. Астафьева "Прокляты и убиты": специфика конфликтности, образная система, натуралистичность воспроизводимых ситуаций.

2. Роман Г.Н. Владимова "Генерал и его армия": Кобрисов как герой-резонёр, размышления автора и героя о цене победы.

3. Непростые взаимоотношения партизан и мирного населения в повести Л.И. Бородина "Ушёл отряд".

4. " Болото" и "На болотной стёжке" В.Быкова как два варианта реализации одного замысла.

5. Взгляд Д. Гранина на возможность общения между бывшими врагами в повести "По ту сторону".

6. Сочетание афганской конкретики и мифологической символики в романе О.Ермакова "Знак зверя".

(форма проведения - дискуссия).

Тема: Жанр иронического эссе в творчестве Вячеслава Пьецуха.

Вопросы:

1 . "Письма к Тютчевой" как попытка возрождения эпистолярного жанра.

2. Воссоздание образа времени через судьбу маленького человека в "Русских анекдотах".

3. Образ В.М. Шукшина в эссе Пьецуха "Последний гений".

4. Цикл рассказов "Чехов с нами". Беликов в новой исторической ситуации в рассказе "Наш человек в футляре". Полемический характер "Крыжовника" Пьецуха по отношению к чеховскому претексту.

5. Причины нелюбви Пьецуха к прозе И.С. Тургенева. Эссе "Базаров как альбатрос".

6. Антиутопические мотивы в повести Пьецуха "Четвёртый Рим".

(форма проведения - дискуссия).

Тема: Эволюция творческого почерка В.Г. Попова.

Вопросы:

1. Роман "Грибники ходят с ножами" как поворотный момент в творчестве писателя.

2. Образ "горящего рукава" как один из сквозных в творчестве писателя, давший название мемуарному роману В.Г. Попова.

3. Оксюморонный характер названия повести В.Г. Попова "Очаровательное захолустье".

4. Решение писателем проблемы женского алкоголизма в повести "Третье дыхание".

5. Особенности взаимоотношений автобиографического героя с отцом в повести В.Г. Попова "Комар живёт, пока поёт".

6. Образ дочери автобиографического героя в повести "Плясать до смерти". Оценка произведения В.Новиковым и Д.Быковым.

(форма проведения: литературные чтения).

Тема: Гротеск в прозе В.Н. Войновича конца XX - начала XXI вв.

Задания и проблемные вопросы к дискуссии:

1. Дайте определение "гротеска". В чём принципиальное отличие гротеска от гиперболы? Кто наиболее известные мастера гротеска в русской литературе XIX века?

2. Путь Войновича от писателя-реалиста к писателю-гротескисту. Роман о солдате Чонкине как поворотный момент в творчестве и судьбе писателя.

3. Автобиографический характер повести "Дело №34840".

4. Элементы "чёрного юмора" в романе Войновича "Монументальная пропаганда".

5. Альтернативная история в завершающей части трилогии о солдате Чонкине "Лицо перемещённое".

6. А.И. Солженицын как герой книги Войновича "Портрет на фоне мифа". Причины выбора Войновичем Солженицына в качестве объекта сатиры.

(форма проведения - дискуссия).

Тема: Проза Т.Н. Толстой.

Вопросы:

1. Осмысление автором женской судьбы в рассказах "Самая любимая", "Женский день", "Соня", "Милая Шура".

2. Альтернативный вариант исторических событий, предложенный Т.Толстой в рассказе "Сюжет".

3. Антиутопия как литературный жанр. Роль Е.И. Замятина в становлении жанра.

4. Замятинские традиции в романе Т.Н. Толстой "Кысь".

5. Основы общественно-политической и культурной жизни города-государства, описанного в романе "Кысь".

6. Интертекстуальность как одна из главных отличительных черт романа "Кысь".

(форма проведения: исследовательский проект).

Тема: Творчество В.О. Пелевина.

Вопросы:

1. Разрушение мифа о социализме посредством дискредитации реальных советских достижений в космонавтике в повести Пелевина "Омон Ра".
 2. Разоблачение постмодернизма в повести "Жизнь насекомых" и романе "Числа".
 3. Постановка философских вопросов и их профанное разрешение в романе Пелевина "Чапаев и Пустота".
 4. Попытка создания Пелевиным образа героя-современника в романе "Generation П".
 5. В чём специфика взаимоотношений Пелевина с писателем и критиком Павлом Басинским?
 6. Реальность подлинная и мнимая в романе Пелевина "Т". Наблюдения писателя над нравами современной псевдолитературной тусовки.
- (форма проведения - дискуссия).
- .

Тема: Проза В.С. Маканина конца XX - начала XXI вв.

Вопросы:

1. Чеченская тема в творчестве писателя. Путь от повести "Кавказский пленный" к роману "Асан".
 2. Чеченская война в художественном осмыслении Владимира Маканина и Аркадия Бабченко: сравнительная характеристика.
 3. Герой в ситуации нравственного выбора в повести Маканина "Лаз".
 4. Противопоставление понятий "суд" и "судилище" в повести Маканина "Стол, покрытый сукном, с графином посередине".
 5. Размышления В.С. Маканина о герое-современнике в романе "Андеграунд, или Герой нашего времени".
 6. Мотив предательства в романе Маканина "Сёстры и Кандинский".
- (форма проведения – дискуссия)

Тема: Герой-современник в отечественной прозе конца XX - начала XXI вв.

Вопросы:

1. Трилогия А.Кабакова "Всё поправимо": развитие образа Миши Салтыкова, воссоздание образа времени через материальные детали, специфика повествования.
2. Отношения учителя и ученицы в повести Р.Солнцева "Диалоги с Платоновой".
3. Конфликт героя и мира в рассказе Е.И. Носова "Алюминиевое солнце".

4. Распутинские мотивы в романе Р.Сенчина "Зона затопления".

5. Проблематика повести Ф.Искандера "Думающий о России и американец".

6. Сочетание трагического и комического в романе Николая Климонтовича "Скверные истории Пети Каменева".

(форма проведения: исследовательский проект).

Тема: Проза В.П. Аксёнова конца XX – начала XXI вв.

Вопросы:

1. Попытка писателя рассказать об эпохе Екатерины II архаизированным языком в романе «Вольтерьянцы и вольтерьянки».

2 Америка глазами русского эмигранта (по роману В.П. Аксёнова «Желток яйца»)

3. Реалистическое и фантастическое в романе Аксёнова «Редкие земли». Ориентация писателя на читателя, хорошо знающего его предыдущее творчество.

4. Три поколения семьи Градовых в семейной хронике В.П. Аксёнова «Московская сага». Какие литературные параллели возникают при чтении романа?

5. Вольное обращение автора с советской историей в романе «Москва Ква-Ква». «Москва Ква-Ква» и «Остров Крым»: общие черты авторского подхода к художественному отображению действительности.

6. Герои романа В.П. Аксёнова «Таинственная страсть» и их прототипы. Оценка Евгением Евтушенко фильма, снятого по роману.

(форма проведения – дискуссия).

Тема: Проза Ю.Н. Арабова XXI века.

1.Роман-мартиролог «Биг-бит». Какие основания были у автора дать этому произведению именно такое жанровое определение?

2. Почему главный герой романа «Биг-бит» носит прозвище Фет? По каким причинам он становится битломаном?

3. «Битлз» накануне распада. Джордж Харрисон как наиболее трезво мыслящий участник коллектива (по роману «Биг-бит»).

4. Образ Н.С. Хрущёва в романе Юрия Арабова «Чудо». Взаимодействие в романе сатирических и религиозно-философских мотивов.

5. Ленинские главы романа Юрия Арабова «Столкновение с бабочкой» и «Ленин в Цюрихе» (фрагменты «Красного колеса») А.И. Солженицына: сравнительный анализ.

6. «Разумный компромисс» как главный герой романа «Столкновение с бабочкой». Суть альтернативной гипотезы исторического развития России, предложенной автором.

(форма проведения – литературные чтения).

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине Семиотика культуры**

**В каждом задании выберите один правильный ответ и внесите его в
соответствующую графу**

A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10					
B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10					
V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15

A1. Семиотика – это...?

а) наука о невербальных средствах, передающих совместно с вербальными смысловую информацию в составе речевого сообщения.

б) научная дисциплина, изучающая общее в строении и функционировании различных знаковых (семиотических) систем, хранящих и передающих информацию, будь то системы, действующие в человеческом обществе, в природе или в самом человеке.

в) раздел, изучающий отношения между знаковыми системами теми, кто их использует.

г) наука, занимающаяся изучением человека.

д) наука, изучающая закономерности возникновения, развития и функционирования психики и психической деятельности.

A2. Кому из ученых принадлежит приоритет создания науки семиотики и классификации знаков?

а) Э. Бенвенист

б) Ч. Моррис

в) Ч. Пирс

г) Ф. де Соссюр

д) В. фон Гумбольдт

A3. Семиотическое понятие текста означает:

а) линейную последовательность вербальных знаков

б) плоскостное изображение

- в) совокупность предложений, связанных грамматически и семантически
- г) объемное изображение
- д) совокупность любых взаимосвязанных знаков

A4. Первичной моделирующей системой является:

- а) естественный язык
- б) математический язык
- в) язык искусства
- г) язык музыки
- д) язык телодвижений

A5. Особая роль естественного языка среди других семиотических систем заключается в:

- а) его простоте
- б) его роли как универсального средства общения
- в) его функции переводчика
- г) его возможности различного написания
- д) его сложности

A6. Посткоммуникативная фаза восприятия текста – это:

- а) непосредственно сам процесс восприятия субъектом текста
- б) «переживание» текста в его положительном или отрицательном векторе в целом и в деталях в частности
- в) индивидуальные психологические установки субъекта
- г) передача информации
- д) нахождение субъекта в рамках очевидного буквального смысла и значения

A7. Интерпретацией называется:

- а) работа мышления, которая состоит в расшифровке смысла, стоящего за очевидным смыслом, в раскрытии уровней значения, заключенных в буквальном значении
- б) сложный многоступенчатый акт, включающий в себя как бессознательные, интуитивные, так и осознанные мыслительные операции
- в) различные индивидуальные психологические установки субъекта, иначе говоря, определенная настроенность человека на тот или иной тип восприятия
- г) структура ограничений
- д) процесс понимания

A8. Задача интерпретации состоит в:

- а) точной передаче содержания произведения
- б) вербальной записи произведения, находящегося в других языковых формах
- в) придумывании своего смысла, отсутствующего непосредственно в тексте
- г) извлечении из текста максимума заложенных в него смыслов или сведение множества вариантов к некоему общему, единому смыслу
- д) понимании авторского замысла

А9. Кто из ученых выделил три основных аспекта изучения знака и знаковой системы: синтактику, семантику и прагматику?

- а) Чарльз Пирс
- б) Вильгельм фон Гумбольдт
- в) Чарльз Уильям Моррис
- г) Фердинанд де Соссюр
- д) Ю. С. Степанов

А10. Какое направление в семиотике изучает ситуации, подобные такой: «ваш собеседник, отвечая на случайный вопрос, вдруг краснеет, и вы понимаете, что связанные с вопросом обстоятельства задела человека за живое, что они эмоционально (положительно или отрицательно)» значимы для него?

- а) парасемиотика
- б) парапсихология
- в) квазисемиотика
- г) паралингвистика
- д) семиотика

Б1. Материальная оболочка, обозначаемый объект и правила интерпретации характеризуют, согласно Ч. Пирсу:

- а) вид знака
- б) семиотический текст
- в) форму знака
- г) содержание знака
- д) знак в целом

Б2. Знак определяется как:

- а) материальный факт, повторяющий другой материальный факт
- б) действительность, отражающая другую действительность

- в) действительность, преломляющая другую действительность
- г) двусторонний материальный факт, замещающий что-либо и используемый для восприятия, хранения, передачи и преобразования информации
- д) сама действительность

Б3. Преднамеренное использование знака продиктовано:

- а) однократным его применением
- б) неизвестными его свойствами
- в) его неактуальностью
- г) его целевым использованием
- д) его актуальностью

Б4. Воспроизводимость – важнейшее свойство знака, означающее, что:

- а) в акте коммуникации знак не создается впервые, а повторяется, т.е. уже существует до того
- б) знак легко запоминается, если часто повторяется
- в) чем чаще мы его используем, тем более благоприятное действие знак оказывает
- г) при частом воспроизведении знак теряет свои знаковые свойства
- д) в акте коммуникации знак создается впервые

Б5. Денотатом знака является:

- а) типичный образ – представитель класса предметов, воплощенный в знаке
- б) внешняя оболочка знака
- в) значение знака
- г) конкретный образ
- д) интерпретатор знака

Б6. Что с точки зрения семиотики является информацией?

- а) дорожный знак
- б) улыбка
- в) деловой костюм
- г) «ненавижу!»
- д) все вышеперечисленное

Б7. «Треугольник Г. Фреге» определяет:

- а) равное положение формы, денотата и значения знака
- б) тип внутризнаковых отношений

- в) отношение между формой и денотатом
- г) отношение между формой и значением
- д) отношение между денотатом и значением

Б8. Тип знака, который не дает никакого представления о содержании и действие которого основано на установленной по соглашению связи означающего и означаемого, называется:

- а) иконическим знаком
- б) конвенциональным знаком
- в) индексальным знаком
- г) признаком
- 4) символом

Б9. Знак, форма и денотат которого находятся в отношениях пространственной и временной смежности, называется:

- а) символическим знаком
- б) конвенциональным знаком
- в) индексальным знаком
- г) знаком-признаком
- д) иконическим знаком

Б10. Мотивированные и немотивированные знаки отличаются друг от друга тем, что:

- а) форма выражения и денотат случайны
- б) форма выражения первых случайна по отношению к денотату
- в) форма выражения первых случайна, а денотат неслучаен
- г) форма выражения первых неслучайна, а денотат случаен
- д) форма выражения первых осознается как неслучайная по отношению к денотату

В1. Модель знаков по типу «знак – знак» соответствует:

- а) внутренним структурным свойствам знаковых систем
- б) полезности, ценности знака с точки зрения пользователя
- в) отношению к объектам действительности и понятиям о них
- г) иерархической структуре внешних и внутренних свойств знака
- д) отношению к интерпретатору

В2. Модель знаков по типу «знак – объект» соответствует:

- а) иерархической структуре внешних и внутренних свойств знака
- б) отношению к объектам действительности и понятиям о них

- в) внутренним структурным свойствам знаковых систем
- г) полезности, ценности знака с точки зрения пользователя
- д) отношению к интерпретатору

В3. Модель знаков по типу «знак – интерпретатор» соответствует:

- а) отношению к объектам действительности и понятиям о них
- б) внутренним структурным свойствам знаковых систем
- в) иерархической структуре внешних и внутренних свойств знака
- г) полезности, ценности знака с точки зрения пользователя
- д) внешним структурным свойствам знаковых систем

В4. В информационно-кодовой коммуникативной модели звеньями коммуникации являются:

- а) адресант, адресат, шумы, знаки
- б) адресант, адресат, контекст, тема, знаки
- в) код, канал связи, контакт, знаки, шумы
- г) адресант, адресат, код, канал связи, контакт, шумы
- д) адресант, адресат, код, канал связи, контакт

В5. Надперсональный характер эстетической коммуникации связан с:

- а) обращением не к конкретному, а к обобщенному субъекту
- б) обращением к самой узкой аудитории
- в) обращением к самой широкой аудитории
- г) обращением автора к самому себе
- д) обращением к конкретному субъекту

В6. Под общей памятью следует понимать:

- а) память, общую у адресата и адресанта
- б) восприятие, общее у адресата и адресанта
- в) состояние культуры, опыта, общих и специальных знаний адресата и адресанта
- г) установок, общих у адресанта и адресата
- д) все вышеперечисленное

В7. Двойственность языкового сообщения в анализе рекламы выражается в:

- а) его денотативном и коннотативном характере
- б) означающем и означаемом
- в) форме и содержании
- г) наличию адресанта и адресата

д) все вышеперечисленное

В8. Буквальное иконическое сообщение проявляется в:

- а) художественном тексте
- б) кинофильме
- в) рекламе
- г) музыкальном произведении
- д) инструкции

В9. Небуквальное иконическое сообщение при анализе рекламы основано на:

- а) знании всех деталей изображения
- б) некотором коде – системе условных знаков
- в) непонимании его с первого взгляда
- г) скрытом смысле этого сообщения
- д) картине мира адресата

В10. Причина семиотической многозначности рекламного сообщения состоит в:

- а) использовании нескольких типов знаков
- б) неумении понятно объяснить сообщение
- в) выдумке потребителя, придумавшего эту многозначность
- г) особенностях рекламы
- д) все вышеперечисленное

В11. Креолизованный текст представляет собой:

- а) сообщение, состоящее из вербальных знаков
- б) сообщение, состоящее из иконических знаков
- в) сообщение, состоящее из вербальных и иконических знаков
- г) сообщение, состоящее из вербальных и невербальных знаков
- д) сообщение, состоящее из символических знаков

В12. Вербальная и невербальная составляющая креолизованного текста находятся в отношении:

- а) равноправия
- б) вербальный компонент подчинен невербальному
- в) невербальный компонент подчинен вербальному

- г) приоритет вербального или невербального компонента зависит от типа и задачи текста
- д) не связаны друг с другом

В13. Рекламный текст можно считать креолизированным, так как:

- а) он предназначен для разнообразной аудитории
- б) он включает в себя вербальный и иконический компонент
- в) он может представлять собой только изображение
- г) его вербальная составляющая соединена с эмоциональным компонентом
- д) все вышеперечисленное

В14. Элитарная реклама предполагает ведущую роль:

- а) иконической составляющей
- б) вербальной составляющей
- в) и вербальной, и иконической составляющих
- г) интонации
- д) эмоции

В15. Морализующая реклама отличается от сентиментальной:

- а) акцентом на вербальном тексте
- б) акцентом на видеоряде
- в) ориентацией на избранность аудитории
- г) использованием мотива семьи
- д) использованием мотива государства

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Система СМК

1. Система СМИ страны сформирована адекватно, если... (исключите лишнее)

- а) на рынке изданий и программ ситуация складывается так, что отдельный «потребитель» (каждый человек как личность и (или) в рамках семьи, других общностей), выбрав несколько источников информации доступных ему по ряду параметров (в том числе и по характеру изложения материала, и по цене), получит максимум необходимой информации по всему важному для него кругу вопросов, что ведет к достижению информированности;
- б) любой человек имеет возможность высказать свою точку зрения через СМИ;
- в) широко и полно используются специфические возможности различных средств массовой информации - печати, радио и телевидения, действующих на основе своих особенностей как каналов коммуникации и предстающих перед «потребителями» в виде большой совокупности изданий и программ
- г) если постоянно появляются новые виды СМИ.

2. Аддитивный типологический анализ – это

- а) анализ СМИ на основе нескольких признаков;
- б) анализ СМИ на основе одного признака;
- в) анализ типоформирующих факторов;
- г) сравнительный анализ двух изданий.

3. К характерным чертам современной системы печати не относится

- а) заявительный характер создания новых СМИ;
- б) многосубъектность;
- в) централизованное типологическое моделирование;
- г) развитие потенциальной журналистики.

4. Социальные условия, оказывающие влияние на систему печати, называются

- а) типоформирующие факторы;
- б) типоформирующие признаки;
- в) типологические характеристики;
- г) типологические факторы.

5. К типоформирующим признакам издания не относится

- а) читательская аудитория;

- б) цели и задачи издания;
- в) тираж;
- г) издатель (учредитель).

6. Главным признаком, определяющим тип издания, является

- а) авторский состав;
- б) внутренняя структура;
- в) ареал распространения;
- г) читательская аудитория.

7. Первые российские специализированные издания для женщин появились

- а) в 17 веке;
- б) в 18 веке;
- в) в 19 веке;
- г) в 20 веке.

8. В советской системе печати не существовало

- а) государственной прессы;
- б) частной прессы;
- в) партийной прессы;
- г) профсоюзной прессы.

9. Какой из перечисленных телевизионных каналов является государственным?

- а) ТНТ;
- б) НТВ;
- в) Россия-1;
- г) СТС.

10. Социолингвистический анализ газеты предполагает

- а) изучение частотности освещения в издании различных тем;
- б) изучение языковой стилистики газетных публикаций;
- в) изучение ошибок, допускаемых в опубликованных материалах;
- г) изучение формальных типологических признаков издания.

11. Коммерческие сетевые FM-станции – ретрансляторы московских, реже петербургских станций, которые платят за прием программ головной сетевой станции со спутника и дают в эфир от 1,5 до 6 часов передач местного производства

- а) франчайзинговые радиостанции;
- б) местные радиостанции;
- в) частные радиостанции;
- г) коммерческие радиостанции.

12. Мощный, постоянно укрепляющий свои позиции в эфире сегмент радиовещания; развивается бурно, осваивая в первую очередь наиболее перспективный УКВ-FM-диапазон

- а) общественные вещательные радиостанции и корпорации;
- б) государственное вещание;
- в) международное вещание;
- г) частные радиостанции.

13. Исключите лишнее. По способу трансляции телевещание может быть...

- а) эфирное;
- б) спутниковое;
- в) международное;
- г) кабельное.

14. Исключите лишнее. Традиционно сетевые СМИ разделяют на две категории ...

- а) собственно сетевые СМИ;
- б) онлайн-версии (электронные) традиционных СМИ;
- в) блоги.

15. К используемым способам концентрации медиа-бизнеса относится

- а) вертикальная концентрация;
- б) параллельная концентрация;
- в) циклическая концентрация;
- г) последовательная концентрация.

16. Рекрутерскими называются издания

- а) посвященные досугу и организации отдыха;
- б) посвященные вакансиям на рынке труда;
- в) посвященные брачным объявлениям;
- г) посвященные службе в вооруженных силах.

17. Назовите государственную радиостанцию

- а) "Маяк";
- б) "Эхо Москвы";
- в) "Дождь";

г) "СИТИ-FM".

18. В советские годы многотиражными называли

- а) крупнейшие общенациональные издания;
б) внутренние газеты предприятий и организаций;
в) издания с тиражом выше 1 млн. экземпляров;
г) районную прессу.

19. Исключите лишнее. По источнику финансирования выделяют следующие типы телеканалов...

- а) коммерческий;
б) платный (функционирующий за счет абонементной платы телезрителей либо подписной, по аналогии с печатной периодикой);
в) общественный;
г) арендный.

20. В отечественной системе печати законодательно запрещена

- а) оппозиционная печать;
б) легитимная пресса;
в) политизированная пресса;
г) подцензурная печать.

[illegible]

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине Современная пресс-служба**

Перечень компетенций :

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

ОК-4: способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

ОПК-2: владеет знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

Указанные компетенции проверяют следующие тесты:

Современная пресс-служба

1. Структура и принципы организации современной пресс-службы

1. При отсутствии пресс-службы в организации выполнение ее обязанностей возложено на:

- а) руководителя организации;
- б) секретаря руководителя организации;
- в) пресс-секретарь**

2. Отличие пресс-центра от пресс-службы обуславливается:

- а) меньший масштаб деятельности;**
- б) больший масштаб деятельности;
- в) наличие других задач.

3. Должность пресс-секретаря в организации часто аналогична должности:

- а) помощника (советника) первого лица;**
- б) руководителя организации;
- в) главного юриста.

4. В обязанности пресс-секретаря не входит:

- а) написание текстов выступления руководителя;
- б) выступление с собственными заявлениями по экономическим, политическим акциям;**
- в) поддержание имиджа руководителя и организации.

5. В составе творческой группы крупных пресс-служб обычно не бывает:

- а) собственных корреспондентов и телеоператоров;**

- б) телевизионных репортеров;
- в) технических специалистов.**

6. К основным функциям пресс-секретаря не относится:

- а) информационная;
- б) социальная;**
- в) общественно-политическая.

7. Профессиональная коммуникация между сотрудниками пресс-служб и аудиторией осуществляется:

- а) в рамках закона и в соответствии с моральными нормами поведения;**
- б) в соответствии с нормативно-правовыми актами организации;
- в) согласно указаниям руководителя.

8. Сотрудники пресс-службы, которые следят за освещением определенных проблем на страницах газет и журналов, в программах теле и радио станций, оценивают эти сообщения и делают выводы и рекомендации, называются:

- а) журналисты;
- б) обозреватели;**
- в) технические сотрудники.

9. При наличии серьезных искажений фактов в опубликованной информации пресс-секретарь должен выполнить следующие действия:

- а) связаться с журналистом, убедиться что ошибка допущена ненамеренно, спокойно обсудить ситуацию и предложить публикацию о поправке;**
- б) опровергнуть информацию публично и предоставить корректную информацию;
- в) затеять спор с журналистом и добиться истины.

10. Отношения пресс-секретаря и журналистов не зависят от:

- а) личных симпатий;**
- б) профессиональной подготовленности пресс-секретаря и журналистов;
- в) этических приоритетов.

2. Общая характеристика современных российских государственных и негосударственных пресс-служб

1. Основной целевой аудиторией пресс-службы государственных органов власти является:
а) население (с его институтами), СМИ, гос.служащие, выборные лица;
б) СМИ, гос.служащие
в) сотрудники Государственной Думы.
2. Подборка газетных и журнальных материалов на определенную тему, которая входит в обязанности сотрудников пресс-центра, называется:
а) контент-анализ;
б) организация яденга;
в) липинг.
3. Рекомендуемый состав пресс-службы в местных органах власти:
а) 1 человек
б) 10 человек
в) 3 человека
4. Наибольшую активность пресс-служба политических партий проявляет в период:
а) накануне выборов в Государственную Думу
б) в период между выборами
в) постоянно
5. Пресс-секретаря президента РФ зовут:
а) Черемухин В.И.
б) Песков Д.С.
в) Катеев Т.Б.
6. Отличие пресс-службы частных учреждений от государственных состоит в:
а) в частных учреждениях пресс-службы имеют специальный бюджет для организации мероприятий с прессой;
б) наличие специального фонда для оплаты труда журналистов;
в) принятие на работу в частных учреждениях только тех лиц, кто имеет опыт в определенной сфере
7. К внутренним задачам деятельности пресс-службы в коммерческих структурах НЕ относятся:
а) создание гармонии внутри производственного коллектива, воспитание уверенности у работников, предотвращение конфликтов;
б) создание и поддержание имиджа предприятия;
в) издание буклетов, бюллетеней производственной деятельности
8. Для успешной деятельности пресс-службы государственной организации не обходимо наличие следующих специалистов:
а) журналисты, социологи
б) журналисты, редакторы, юристы, политологи, социологи
в) любые лица с высшим гуманитарным образованием.
9. Современный облик пресс-служб государственных учреждений сформировался в следующие годы:
а) с 2000 г. по настоящее время;

б) 1996-2000гг;

в) 1991-1996гг.

10. Пресс-конференция, в которой участвуют несколько коммерческих организаций, проводится:

а) в одной из организаций-участников;

б) в местной администрации;

в) на нейтральной территории.

3. Письменная коммуникация в ПР-деятельности.

1. Основными постулатами письменной коммуникации являются:

- а) «ясно», «точно», «правильно»;
- б) «ясно», «точно», «сжато»;**
- в) «ясно», «понятно», «правильно»;

2. Отличие журналиста от PR-специалиста в плане подготовки материалов к письменной коммуникации заключается в следующем:

- а) разные задачи, аудитории, цели использования каналов коммуникации;**
- б) разные задачи и цели использования каналов коммуникации, но аудитория одна;
- в) разные аудитории и задачи, но общая цель использования каналов коммуникации.

3. При подготовке письменного материала для отдельной целевой аудитории PR-Специалист использует следующие методы:

- а) использование материала для распространения (брошюры, листовки);
- б) подбор наиболее быстрого и надежного средства СМИ и распространяемого материала для передачи информации адресату;**
- в) подбор наиболее быстрого и надежного средства СМИ для передачи информации адресату.

4. Материалы (письмо в редакцию, бэкграундер, факт-лист, статья), которые направляются в средства массовой информации для распространения и являются информационной основой для подготавливаемой в реакциях печатной продукции или программ для радио и телевидения, называются:

- а) неконтролируемые письменные материалы;**
- б) контролируемые письменные материалы;
- в) письменные материалы.

5. Информационное письмо составляется со следующей целью:

- а) с целью информировать о мероприятии
- б) с целью предоставить возможность неофициального участия в пресс-конференции организаций, не имеющих самостоятельного журналистского пула.**
- в) с целью приглашения на пресс-конференцию

6. Байлайнер - это:

- а) заявление пресс-секретаря для СМИ
- б) тематическое досье по какой-либо проблеме

в) Именная статья, подписанная должностным лицом фирмы, но написанная специалистом по PR

7. Жанр PR-текста, представляющий расширенную информацию текущего характера о субъекте PR, которая служит цели поддержания публичитного капитала данного базисного субъекта PR:

а) бэкграундер;

б) информационное письмо

в) факт-лист.

8. Ньюслеттер является следующим типом коммуникаций:

а) внешняя;

б) внутренняя;

в) не относится к перечисленным типам

9. Подборка или перепечатка статей и заметок из печатных изданий, прямо или косвенно затрагивающих имидж организации это:

а) бюллетень;

б) пресс-дайджест;

в) информационный листок

10. Следующий текст не относится к фактологическому жанру:

а) некролог;

б) факт-лист;

в) «вопрос»-«ответ».

4. PR-материалы для внутренней и внешней аудитории.

1. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это:

а) интервью

б) репортаж

в) пресс-релиз

2. Посредством пресс-релиза обычно распространяют следующую информацию:

а) новости

б) коммерческую информацию

в) аналитические материалы

3. Под внутрифирменным типом коммуникации в виде периодически выпускаемого листка-газеты или самостоятельной тиражной газеты обычно понимается:

а) ньюслеттер

б) прес-кит

в) байлайнер

4. Целью распространения материалов жанра «ньюслеттер» НЕ является:

а) мотивация сотрудников

б) распространение политической и общественной информации

в) информирование о делах организации

5. Обычно 50% информации, содержащейся в материалах жанра «ньюслеттер» содержит в себе сообщения следующего содержания:

а) информация о внешних событиях и мероприятиях

б) информация о деятельности, касающейся непосредственно сотрудников организации

в) актуальная информация о деятельности организации

6. К контролируемым PR-материалом для внешней аудитории НЕ относится:

а) письма (информационные, новостные, письма-заявления)

б) статья (имидживая, авторская, обзорная)

в) Проспекты, буклеты, приглашения

7. Основные цели для создания этого вида PR-материалы для внешней аудитории являются *информирование, убеждение, просвещение*:

а) листовка

б) брошюра

в) речь для выступлений

8. Основной целью написания имиджевой статьи является:

а) убеждение

б) информирование

в) анонсирование

9. Самый быстрый и дешевый способ распространения информации от службы по связям с общественностью это:

а) визитка

б) брошюра

в) листовка

10. Пресс-дайджест – это:

а) подборка статей и заметок, прямо или косвенно затрагивающих деятельность и имидж организации

б) пиар-текст, представляющий расширенную информацию текущего характера об организации, фирме

в) короткий документ, отражающий профиль организации, содержащий подробности новостных событий, дополнительных данных о фирме.

5. PR-технологии в работе пресс—служб.

1. Цепочка восприятия информации для целевой аудитории включает в себя следующие звенья «внимание», «интерес», «желание», «действие» и носит название:

а) схема 4А

б) схема AIDA

в) цепь ВИЖД

2. Субъект деятельности пресс-службы :

а) специальная информация

б) общая информация

в) аналитика

3. Аккредитация – это:

а) допуск журналистов к работе в каком-либо учреждении

б) оформление журналистов для поездки в пресс-тур

в) наказание журналистов за нарушение Закона «О СМИ»

4. Отказ журналисту в аккредитации может быть по причине:

а) членство в какой-либо партии

б) опоздания на специальные мероприятия для прессы

в) переход на работу из одного СМИ в другое

5. Отличие «брифинга» от «пресс-конференции» заключается в следующем:

а) участие ограниченного числа журналистов

б) отсутствие возможности задать вопрос во время его проведения

в) возможность свободного доступа журналистам к участникам

6. С целью повышения эффективности PR-Технологий и их оптимизации необходимо:

а) наличие и анализ обратной связи

б) большой инструментарий PR-технологий

в) частое проведение пресс-конференций

7. Объектом политических PR-технологий является:

а) Губернатор

б) гражданин

в) Президент

8. Следующая PR-технология НЕ относится к Финансовому PR:

- а) брендовая реклама
- б) информация в СМИ

в) намеренное создание PR-событий

9. Вид деятельности, который способствует организации содействия прохождения тех или иных законопроектов в политическом PR, называется:

а) лоббирование

- б) брендирование
- в) продвижение на телевидение

10. Одной из особенностей проведения презентации является:

а) возможности участия не только журналистов, но и конечных потребителей

- б) возможность пригласить известных лиц
- в) наличие видео-ряда

6. Формы и методы работы современных пресс-служб со СМИ, общественными и политическими организациями

1. Наиболее предпочтительный вид устных контактов с прессой это:

а) телефонный разговор

б) неофициальная встреча

в) интервью

2. Коммюнике – это:

а) официальное сообщение правительства для СМИ о международных делах

б) имиджевая статья

в) изложение главных событий в организации, собирающей пресс-конференцию

3. Наиболее предпочтительная длительность пресс-конференции составляет:

а) 1 час

б) 4 часа

в) 1,5-2 часа

4. Основным требованием к организации работы пресс-службы со СМИ является:

а) периодичность

б) системный подход

в) спонтанность

5. Журналистский пул - это

а) перечень журналистов, отобранных для поездки в пресс-тур

б) список журналистов, не опущенных на специальные мероприятия для прессы

в) ограниченная группа журналистов, аккредитуемых для работы при каком-либо учреждении

6. Основной целью организации круглого стола является:

а) активное вовлечение журналистов в обсуждении проблем

б) близкое знакомство с работой СМИ

в) создание отчета организации перед СМИ

7. Проведение организацией комплекса мероприятий в установленные дни с целью ознакомления общественности с конкретным проектом это:

а) выставка

б) дебаты

в) дни открытых дверей

8. Проведение следующего вида PR-компаний предусматривает решение локальных задач, возникающих в связи с необходимостью преодоления непредвиденных, неожиданных ситуаций

а) Ситуативная

б) Оперативная

в) Стратегическая

9. Анализ исследования PR-объекта с точки зрения оценки его сильных и слабых сторон носит название:

а) анализ 4P

б) SWOT-анализ

в) вариативное планирование

10. Ведущим пресс-конференции является:

а) глава организации

б) спикер

в) модератор

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Современные технологии в СМК»

Раздел 1 Теоретический фундамент массовой коммуникации.

Вопросы к семинарским занятиям.

Теория коммуникации: основные понятия и идеи

Классификация теорий.

Нормативные модели.

Авторитарная теория.

Либертарианская теория.

Теория социальной ответственности.

Советская коммунистическая теория.

Теория для медиа периода развития.

Теория демократического участия.

Вопросы для обсуждения

1. Что такое теория?
2. Каковы истоки теоретизирования в области массовой коммуникации?
3. Как можно категоризировать теории массовой коммуникации?
4. Что подразумевают нормативные модели функционирования коммуникационных систем?
5. В чем оппозиционны идеи авторитарной и либертарианской моделей? Можно ли говорить о полном отказе от советской коммунистической модели?
6. Почему теория социальной ответственности считается наиболее приемлемой в демократических государствах?

Раздел 2 Начала массовой коммуникации

Вопросы к семинарским занятиям.

Теории массового общества и пропаганды.

Теория «магической пули».

Концепции пропаганды.

Изучение эффектов коммуникации.

Концепция лидеров мнения.

Изменения установок.

Селективные процессы.

Вопросы для обсуждения

1. Что явилось предпосылками создания теории массового общества?
2. Почему расцвет теорий пропаганды пришелся на период между двумя мировыми войнами?
3. Каких взглядов на пропаганду придерживались Лассуэлл, Липпман и Дьюи?

4. С чего начала складываться парадигма ограниченных эффектов?
5. Каков основной вывод теории изменения установок?
6. Какая роль отводится селективным процессам?
7. Почему в Америке преобладали эмпирические исследования?
8. Какие концепции включены в понятие теории селективного влияния?
9. Почему интерес к изучению эффектов масс-медиа постепенно уменьшался?
10. Насколько актуальны положения парадигмы ограниченных эффектов в настоящее время?

Раздел 3 Становление академической дисциплины.

Вопросы к семинарским занятиям.

Структурно-функциональный подход.
Теория диффузии инноваций.
Феноменологическая теория.
Элитарный плюрализм.
Теории социального научения.
Катарсис.
Социальное научение.
Теории активной аудитории.
Обретение пользы и удовлетворения.
Теории заговора и медиазависимости.
Выстраивание приоритетов.
Спираль молчания.

Вопросы для обсуждения.

1. Какова основная идея функционального анализа?
2. Что такое функция и дисфункция масс-медиа?
3. Можно ли считать диффузию инноваций общим социальным процессом?
4. Каковы основные положения теории подкрепления Клаппера?
5. Почему идею элитарного плюрализма критикуют справа и слева?
6. Почему возникновение теорий социального научения совпало с широким распространением телевидения?
7. Почему идея катарсиса не нашла широкого распространения?
8. Действительно ли масс-медиа навязывают людям модели поведения?
9. Почему концепция обретения пользы и удовлетворения от медиа столь популярна в научных кругах?
10. Насколько верны положения теории игры?
11. Действительно ли по мере увеличения объема использования медиа у аудитории растет степень медиазависимости?
12. Как масс-медиа могут формировать повестку дня для общественного обсуждения?
13. Какие примеры могут подтвердить или опровергнуть основные идеи теории спирали молчания?

Раздел 4 Массовая коммуникация и культура

Вопросы к семинарским занятиям.

Культурологический анализ.
Символический интеракционизм.
Теория ритуала.
Социальное конструирование реальности.
Анализ фреймов.
Теория культивации.
Критические традиции.
Неомарксистские теории.
Франкфуртская школа.
Британские культурные исследования.
Анализ новостей.
Методы изучения новостей.
Новости как дискурс.

Вопросы для обсуждения.

1. В чем заключалось основное отличие культурологического анализа от критических традиций в массовой коммуникации?
2. Каковы основные положения теории символического интеракционизма?
3. На чем базировались идеи символического конструирования реальности?
4. Что такое фрейм в трактовке Гофмана?
5. Насколько верны положения теории культивации Гербнера?
6. По каким маршрутам осуществляется процесс культивации?
7. Почему критические традиции были особенно сильны в Европе?
8. Каковы были взгляды на взаимоотношения массовой коммуникации и культуры представителей Франкфуртской школы?
9. Что было объектом изучения критической школы в Великобритании?
10. Что является единицей анализа текстов в массовой коммуникации?
11. Чем разнятся понятия «жанра» в СМИ и кино?
12. К каким выводам пришел Парк в ходе анализа новостей?
13. Верно ли утверждение, что «новости» — это по сути «старости»?
14. Чем подтверждается тезис о предсказуемости и стабильности новостной структуры?
15. Какие варианты процесса производства новостей выделяет Маккуэйл?
16. Каковы результаты изучения новостей, проводимого в университете Глазго?
17. В чем суть теории медиавмешательства?
18. Каковы основные способы манипулирования новостным содержанием?
19. Почему ван Дейк рассматривает новость как дискурс?

Раздел 5 Концепции информационной эпохи

Вопросы к семинарским занятиям.

Торонтская школа.
«Медиагуру».
Примат информации.

Вопросы для обсуждения

1. Каковы взгляды Гарольда Инниса на историческое развитие общества?
2. Почему Маклюэн называли «медиапророком»?
3. Что он подразумевал под выражением «средство информации есть сообщение»?
4. Чем «горячие» медиа отличаются от «холодных»?
5. Почему Торонтскую школу относят к технологическому детерминизму?
6. Что является основным в концепциях информационного общества?
7. Какие аспекты жизни общества отражены в концепциях информационного общества?
8. Что общего во взглядах ведущих представителей этого направления на массовую коммуникацию и культуру?
9. Чем они отличаются?

Раздел 6 Концептуализация новых средств массовой информации
Исследования новых медиа

Вопросы к семинарским занятиям.

Новые подходы.
Компьютерная коммуникация.
Теории и концепции.
Современные тенденции в массовой коммуникации.
Глобализация.
Демассовизация.
Конгломерация.
Конвергенция.
Концепция «интерактивного общества».
Особенности аудитории многоканальной медиасреды.
Журналистика в контексте новых медиа.
Журналистика «сиюминутности».
Онлайновая журналистика.

Вопросы для обсуждения

1. Что отличает новые масс-медиа от традиционных?
2. Какие тенденции характерны для современного этапа развития коммуникаций?
3. Насколько остро стоит проблема «информационной зависимости» аудитории новых медиа?
4. Можно ли справиться с информационной перегрузкой?
5. Как меняется аудитория в условиях мультимедийной среды?

6. Что вносят новые технологии в принцип интерактивности?
7. Какие формы приобретает интерактивность в Интернете?
8. Каковы перспективы традиционных СМИ в новых условиях?
9. Какова специфика работы журналиста в сетевых изданиях?
10. Что привносят новые масс-медиа в практику журналистики?
11. Каковы основные черты журналистики «типа Си-эн-эн»?
12. Как воспринимается такой подход к освещению новостей в журналистской среде?
13. Какова реакция аудитории на журналистику «сиюминутности»?
14. Что подразумевает диффузия жанров?
15. Каково будущее традиционных СМИ.

Примерный перечень вопросов к зачёту

Теория коммуникации: основные понятия и идеи.

Классификация теорий.

Нормативные модели.

Авторитарная теория. Либертарианская теория.

Теория социальной ответственности. Советская коммунистическая теория.

Теория для медиа периода развития. Теория демократического участия.

Теории массового общества и пропаганды. Теория «магической пули».

Концепции пропаганды

Изучение эффектов коммуникации. Концепция лидеров мнения.

Изменения установок. Селективные процессы.

Теория диффузии инноваций. Феноменологическая теория.

Элитарный плюрализм. Теории социального научения.

Катарсис. Социальное научение.

Теории активной аудитории.

Обретение пользы и удовлетворения.

Культурологический анализ.

Символический интеракционизм.

Теория ритуала.

Социальное конструирование реальности.

Анализ фреймов. Теория культивации.

Критические традиции.

Неомарксистские теории.

Франкфуртская школа.

Британские культурные исследования.

Анализ новостей.

Методы изучения новостей. Новости как дискурс.

Торонтская школа. «Медиагуру».

Примат информации.

Современные тенденции в массовой коммуникации. Глобализация.

Демассовизация.

Конгломерация. Конвергенция.

Концепция «интерактивного общества».

Особенности аудитории многоканальной медиасреды.

Журналистика в контексте новых медиа.

Журналистика «сиюминутности».Онлайновая журналистика.

Тест Современные теории массовой коммуникации

Курс _____, группа _____

Фамилия И.О. _____

« _____ » _____ 20 ____ г.

1. Массовая коммуникация – это:

- а) разговор многих людей между собой
- б) обмен информации с помощью СМИ
- в) любые коммуникативные процессы в социуме, охватывающая большое число участников
- г) социальное общение масс

2. Масс-медиа – это:

- а) СМИ
- б) радио, ТВ, газеты, кино, театр
- в) система обеспечения массовой коммуникации с помощью СМИ, аналогичных каналов общения
- г) интернет

3. Коммуникативистика – это:

- а) использование масс-медиа в социуме
- б) часть теории журналистики
- в) наука о массовых коммуникационных процессах и отношениях
- г) профессия

4. Информационное общество – это:

- а) общество, где информация доступна самым широким слоям населения, а техника позволяет передавать и хранить огромные массивы информации
- б) общество, где есть СМИ и СМК
- в) общество, потребляющее массовую информацию
- г) общество, где есть ТВ и Интернет

5. Теория «свободного потока информации – это: ...»

- а) оружие неоколониалистов
- б) способ «американизации» стран «третьего» мира
- в) путь к глобализации в эпоху постиндустриализма
- г) теория рыночных отношений в сфере медийной информационно-культурной деятельности

6. Идею «глобальной деревни» выдвинул:

- а) Маклюэн
- б) Тоффлер
- в) Бжезинский
- г) Р. Рейган

7. Постмодернистский ракурс анализа массовой коммуникации – это:

- а) анализ «ризомантичности» текста
- б) анализ деятельности СМК в эпоху постмодернизма
- в) анализ творчества Ж.Деррида, Ж.Лютера, Ж.Бодрийара, И.Хасана, М.Фуко, и П.Рикера
- г) плюрализм воззрений на текст

8. Кто из теоретиков массовой коммуникации жил в России?

- а) М. Энштейн
- б) Л. Землянова
- в) де Флюэр
- г) М. Соколянский

9. Термин «глобализм» в теории массовых коммуникаций означает:

- а) решение глобальных проблем современности
- б) создание единого информационного пространства в мире
- в) объединение национальных СМИ и их интеграция в мировую систему
- г) империализм

10. «Симулякр» – это:

г) часть теории коммуникации

[illegible]

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине Культура речи

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

ОК-6 – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Этап формирования компетенции – способность к коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Знать:

- знать основные приёмы эффективной коммуникации;
- знать особенности уместного использования формул речевого этикета в устной и письменной речи;
- иметь представление об основных понятиях и законах делового профессионального общения;

Уметь:

- логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;
- преодолевать коммуникативные барьеры в общении;
- уметь применять знания особенностей различных языковых норм в практике межличностного и делового взаимодействия;

Владеть:

- навыками создания грамотных текстов, обладающих различными уровнями воздействия;
- владеть навыками грамотного речевого поведения в различных ситуациях общения;
- навыками оценки и анализа устных и письменных журналистских текстов.

ОПК-17 – способностью эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности;

Этап формирования компетенции – использование лексических, грамматических, семантических, стилистических норм современного русского языка в журналистской деятельности.

Знать:

- знать фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в целом;
- иметь представление об основных способах речевого воздействия с помощью вербальных и невербальных сигналов в профессиональной деятельности;
- знать особенности применения норм русского языка в практике современных СМИ.

Уметь:

- работать с устными и письменными текстами.
- понимать многообразие культурно-этнической специфики коммуникации, правил речевого поведения в поликультурной и полиэтнической среде;
- уметь находить баланс между мотивами журналистской деятельности и речевыми тактиками их реализации.

Владеть:

- нормами современного русского литературного языка (орфоэпическими, лексическими, грамматическими);
- навыками грамотного написания и произношения в соответствии с нормами русского языка;

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе их формирования, описание шкалы оценивания и типовых заданий **ОК-6**

Показатель оценивания – умение осуществлять коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания:

Отметка «Зачтено» выставляется студенту в том случае, если он знает основные приёмы эффективной коммуникации; специфику использования формул речевого этикета в устной и письменной речи; имеет представление об основных понятиях и законах делового профессионального общения; умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; умеет преодолевать коммуникативные барьеры в общении и применять знания особенностей различных языковых норм в практике межличностного и делового взаимодействия; владеет навыками создания грамотных текстов, обладающих различными уровнями воздействия; навыками грамотного речевого поведения в различных ситуациях общения; навыками оценки и анализа устных и письменных журналистских текстов.

Отметка «Не зачтено» выставляется студенту в том случае, если он знает основные приёмы эффективной коммуникации; специфику использования формул речевого этикета в устной и письменной речи; имеет представление об основных понятиях и законах делового профессионального общения, но не умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь, преодолевать коммуникативные барьеры в общении и применять знания особенностей различных языковых норм в практике межличностного и делового взаимодействия; не владеет навыками создания грамотных текстов, обладающих различными уровнями воздействия; не владеет навыками грамотного речевого поведения в различных ситуациях общения или навыками оценки и анализа устных и письменных журналистских текстов.

Создайте текст аргументирующей речи (150 – 300 слов) для устного выступления, используя один из предложенных тезисов:

- 1) До тех пор, пока человек не совладал с желанием, он не совладал ни с чем (Альбер Камю).
- 2) Детство – самая прекрасная пора жизни.
- 3) Я русский бы выучил только за то...

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Коммуникативный, информативный и психологический аспекты речи.
2. Сферы функционирования риторики в обществе.
3. Диалектика. Эристика. Рабулистика.
4. Общение с точки зрения формы, количества участников, направленности речи, положения коммуникантов в пространстве.
5. Элитарный тип речевой культуры.
6. Среднелитературная речевая культура.
7. Литературно-разговорная и фамильярно-разговорные речевые культуры.
8. Воздействие как базисный фактор речевой коммуникации.
9. Прагматические установки воздействия.
10. Социально-ориентированный диалог.
11. Современная практика публичных дебатов.
12. Современный публичный монолог.
13. Основные понятия и законы эффективного речевого общения.
14. Показатели меры речевого взаимодействия партнеров.
15. Цель фатического и информационного речевого поведения.
16. Речь и самооценка.
17. Понятие делового этикета, его основные нормы.
18. Речевой этикет как языковая характеристика делового человека.
19. Индивидуальный речевой портрет личности.
20. Формулы речевого этикета.
21. Культура речевого общения в общественных местах.

22. Культура речевого общения и приемы, стимулирующие общение.
23. Культура речи и особенности национального этикета.
24. Общение и культура комплимента.
25. Особенности телефонного этикета.
26. Соотношение вербальных и невербальных сигналов в общении.
27. Невербальные средства усиления коммуникативной позиции говорящего: фактор внешности, взгляда, физического поведения, организации пространства общения.
28. Основные проблемы невербальной коммуникации.
29. Вербальное речевое воздействие.

ОПК-17

Показатель оценивания – грамотное использование лексических, грамматических, семантических, стилистических норм современного русского языка в журналистской деятельности.

Шкала оценивания – «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания:

Отметка «Зачтено» выставляется студенту в том случае, если он знает фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в целом; имеет представление об основных способах речевого воздействия с помощью вербальных и невербальных сигналов в профессиональной деятельности; знает особенности применения норм русского языка в практике современных СМИ; умеет работать с устными и письменными текстами; понимает многообразие культурно-этнической специфики коммуникации, правил речевого поведения в поликультурной и полиэтнической среде; находит баланс между мотивами журналистской деятельности и речевыми тактиками их реализации; владеет нормами современного русского литературного языка (орфоэпическими, лексическими, грамматическими); навыками грамотного написания и произношения в соответствии с нормами русского языка.

Отметка «Не зачтено» выставляется студенту в том случае, если он знает фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в целом; имеет представление об основных способах речевого воздействия с помощью вербальных и невербальных сигналов в профессиональной деятельности; знает особенности применения норм русского языка в практике современных СМИ; умеет работать с устными и письменными текстами; понимает многообразие культурно-этнической специфики коммуникации, правил речевого поведения в поликультурной и полиэтнической среде; но не находит баланс между мотивами журналистской деятельности и речевыми

тактиками их реализации; не владеет нормами современного русского литературного языка (орфоэпическими, лексическими, грамматическими) на практике; не владеет навыками грамотного написания и произношения в соответствии с нормами русского языка.

Контрольное задание для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этап формирования компетенции ОПК-17

Определите ошибку в каждом из предложений:

1. Докладчик заострил внимание на вопросе, что нередко поднимается на подобных собраниях.
2. Возвращаясь домой, меня застиг дождь.
3. Автор сгоряча заметил рецензенту, что как же вы можете не замечать того нового, что имеется в книге.
4. На стройку завезли стройматериалы, рабочих, бетон, лес..
5. Кто нуждается в дополнительных занятиях, необходимо тому обеспечить их.
6. Встречи Президента с зарубежными политиками проводятся согласно протокола.
7. Средства массовой информации призывают россиян участвовать на выборах.
8. В этом месте текста выступления много дефектов.
9. Факты говорят за возможность использования резервов.
10. Дефилируйте мимо контролеров с самым безразличным видом, и они не обратят никакого внимания на вас.
11. Нам предоставили его как специалиста в области компьютерной техники.
12. Глаза его прикрывали стёкла очков.
13. Трое работает, а десять под плетнём сидят
14. «Отцы и дети» написаны И.С. Тургеневым.
15. На вечере самодеятельности преваляровали вокальные номера.

ВЫПОЛНИТЕ СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА
№1 Стилистический анализ

Неряшливость в одежде — это прежде всего неуважение к окружающим вас людям, да и неуважение к самому себе. (...). Бравирование грубостью в языке, как и бравирование грубостью в манерах, неряшеством в одежде, — распространеннейшее явление, и оно в основном свидетельствует о психологической незащищенности человека, о его слабости, а вовсе не о силе. Говорящий стремится грубой шуткой, резким выражением, иронией, циничностью подавить в себе чувство страха, боязни, иногда просто опасения. Грубыми прозвищами учителей именно слабые волей ученики хотят показать, что они их не боятся. Это происходит полусознательно. Я уж не говорю о том, что это признак невоспитанности, неинтеллигентности, а иногда и жестокости. Но та же

самая подоплека лежит в основе любых грубых, циничных, бесшабашно иронических выражений по отношению к тем явлениям повседневной жизни, которые чем-либо травмируют говорящего. Этим грубо говорящие люди как бы хотят показать, что они выше тех явлений, которых на самом деле они боятся. В основе любых жаргонных, циничных выражений и ругани лежит слабость. «Плюющиеся словами» люди потому и демонстрируют свое презрение к травмирующим их явлениям в жизни, что они их беспокоят, мучат, волнуют, что они чувствуют себя слабыми, не защищенными против них. Понастоящему сильный и здоровый, уравновешенный человек не будет без нужды говорить громко, не будет ругаться и употреблять жаргонных слов. (Д.С. Лихачев. «Письма о добром и прекрасном»)

ТЕКСТ №2 Стилистический анализ

Когда мы говорим о языке, немедленно возникает мысль о слове. Но слово многолико. Оно содержит в себе глубины неимоверные, до конца не раскрытые, пугающие. На радость нам: значит, профессия филолога бессмертна, пока жив человек. Прежде всего в слове мы замечаем образ: сказано дом — и я представляю себе какой-то дом, и у каждого будет свое представление о доме. Но кроме образа в слове заложен символ. «Дом»

Федора Абрамова — это символ, восходящий, может быть, к старинному домострою, а может быть, использованный совершенно в другом смысле. В конце концов, дом — это всегда символ. Символ отчего крова, защиты, родных и близких. Но главная содержательная форма слова все-таки понятие. Понять значит «схватить», «пойти». «Схватить» сознанием и памятью заветный смысл, сокровенно заложенный в слово, его существенный концепт, а «схватываем» мысль мы всегда в суждении. Таким образом, есть понятие, которое воплощено в имени, в слове. И есть суждение, воплощенное в предложении. Понятие и суждение как формы мысли свойственны разным народам, если не всем, а слова и предложения в разных языках различны, языками мы отличаемся друг от друга, это формы воплощения сознания и мышления. Термин «слово» многозначен, поэтому не существует всеми признанного, единого определения слова. Словом мы назовем и речь, и литературный жанр, высказывание, отдельную лексему и даже отдельную словоформу. Словом мы назовем и ах в пушкинском: Вскричала: ах!.. и пала на траву. Ах — тоже слово, хотя и особенное слово, за ним нет ни вещи, ни мысли, одна только эмоция испуганной женщины. Все это одинаково слова, которые фиксируют в себе весь опыт поколений и тем самым определяют ментальность данного народа.

(В.В. Колесов)

ТЕКСТ №3 Стилистический анализ текста

Как упоителен, как роскошен летний день в Малороссии! Как томительно жарки те часы, когда полдень блещет в тишине и зное и голубой неизмеримый океан, сладострастным куполом нагнувшийся над землею, кажется, заснул, весь потонувши в неге, обнимая и сжимая прекрасную в

воздушных объятиях своих! На нем ни облака. В поле ни речи. Все как будто умерло; вверху только, в небесной глубине, дрожит жаворонок, и серебряные песни летят по воздушным ступеням на влюбленную землю, да изредка крик чайки или звонкий голос перепела отдается в степи. Лениво и бездумно, будто гуляющие без цели, стоят подоблачные дубы, и ослепительные удары солнечных лучей зажигают целые живописные массы листьев, накидывая на другие темную, как ночь, тень, по которой только при сильном ветре прыщет золото. Изумруды, топазы, яхонты эфирных насекомых сыплются над пестрыми огородами, осеняемыми статными подсолнечниками. Серые стога сена и золотые снопы хлеба станом располагаются в поле и кочуют по его неизмеримости. Нагнувшиеся от тяжести плодов широкие ветви черешен, слив, яблонь, груш; небо его чистое зеркало – река в зеленых, гордо поднятых рамах... как полно сладострастия и неги малороссийское лето! (Н.В. Гоголь «Сорочинская ярмарка»)

ТЕКСТ №4 Стилистический анализ текста

Сжатая рожь, бурьян, молочай, дикая конопля – все, побуревшее от зноя, рыжее и полумертвое, теперь омытое росой и обласканное солнцем, оживало, чтоб вновь зацвести. Над дорогой с веселым криком носились старички, в траве перекликались суслики, где-то далеко влево плакали чибисы. Стадо куропаток, испуганное бричкой, вспорхнуло и со своим мягким «трррр» полетело к холмам. Кузнечики, сверчки, скрипачи и медведки затянули в траве свою скрипучую монотонную музыку. Но прошло немного времени, роса испарилась, воздух застыл, и обманутая степь приняла свой унылый июльский вид. Травы поникли, жизнь замерла. Загорелые холмы, бурозеленые, вдали лиловые, со своими покойными, как тень, тонами, равнина с туманной далью и опрокинутое над ними небо, которое в степи, где нет лесов и высоких гор, кажется страшно глубоким и прозрачным, представлялись теперь бесконечными, оцепеневшими от тоски... Как душно и уныло! Бричка бежит, а Егорушка видит все одно и то же – небо, равнину, холмы... Музыка в траве притихла. Старички улетели, куропаток не видно. Над поблекшей травой, от нечего делать, носятся грачи; все они похожи друг на друга и делают степь еще более однообразной. Летит коршун над самой землей, плавно взмахивая крыльями, и вдруг останавливается в воздухе, точно задумавшись о скуке жизни, потом встряхивает крыльями и стрелою несется над степью, и непонятно, зачем он летает и что ему нужно. А вдали машет крыльями мельница...

(А. П. ЧЕХОВ «СТЕПЬ»)

ТЕКСТ №5 Стилистический анализ текста

Кто из вас не любовался чудесным звездным небом в темную тихую ночь? Особенное чувство возникает в душе чуткого человека. Помню — в далеком детстве, оставшись один в темной комнате, в осенний поздний вечер я подошел к окну. Меня поразили яркие звезды, чудесной россыпью осыпавшие тихое небо. Детскую душу мою наполнил восторг. Мне

вспомнились сказки отца, чистые пушкинские сказки, я опустился перед окном на колени, слезы текли по моим щекам. Вспоминаю: как-то нам пришлось ночевать в альпийских лугах вблизи высоких ледников горного Кавказа. Стреножив верховых лошадей, на которых совершали путешествие в горы, мы забрались в покинутый пастушеский шалаш, сделанный из легких деревянных дранок. Над горами и альпийским лугом, проросшим высокой травой, дул сильный ветер. У небольшого источника, возле которого был построен шалаш, качались высокие стройные деревья. Сильный порыв ветра — и шалаш разлетелся, как легкий картонный домик. Мы оказались под открытым звездным небом. Я смотрел на яркие крупные звезды, и мне казалось, что их свет струится по темному ночному небосводу. Млечный Путь опоясывал небо. Ярко сияла Большая Медведица, распахнув крылья, плыло в Млечном Пути созвездие Лебедь, кучились Плеяды. Память об этой ночи, проведенной в горах Кавказа, осталась у меня на всю долгую жизнь.

(И.С. СОКОЛОВМИКИТОВ «ЗВЁЗДЫ»)

ТЕКСТ №6 Стилистический анализ текста

Особое место литературы в ряду других искусств в значительной мере определено специфическими чертами того материала, который она использует для воссоздания окружающей действительности. Не рассматривая всей сложной природы языка как общественного явления, остановимся на тех его сторонах, которые существенны для интересующего нас вопроса. Язык — материал литературы. Из самого этого определения следует, что по отношению к литературе язык выступает как материальная субстанция, подобно краске в живописи, камню в скульптуре, звуку в музыке. Однако сам характер материальности языка и материалов других искусств различен. Краска, камень и т. д. до того, как они попали в руки художника, социально индифферентны, стоят вне отношения к познанию действительности. Каждый из этих материалов имеет свою структуру, но она дана от природы и не соотносится с общественными (идеологическими) процессами. Язык в этом смысле представляет особый материал, отмеченный высокой социальной активностью еще до того, как к нему прикоснулась рука художника. В науках семиотического цикла язык определяется как механизм знаковой коммуникации, служащий целям хранения и передачи информации. В основе любого языка лежит понятие знака — значимого элемента данного языка. Знак обладает двуединой сущностью: будучи наделен определенным материальным выражением, которое составляет его формальную сторону, он имеет в пределах данного языка и определенное значение, составляющее его содержание.

(Ю.М. Лотман «Язык как материал литературы»)

ТЕКСТ №7

Знаете ли вы украинскую ночь? О, вы не знаете украинской ночи! Всмотритесь в нее. С середины неба глядит месяц. Необъятный небесный свод раздался, раздвинулся еще необъятнее. Горит и дышит он. Земля вся в серебряном свете; и чудный воздух и прохладнодушен, и полон неги, и движет океан благоуханий. Божественная ночь! Очаровательная ночь! Недвижно, вдохновенно стали леса, полные мрака, и кинули огромную тень от себя. Тихи и покойны эти пруды; холод и мрак вод их утрюмо заключен в темнозеленые стены садов. Девственные чащи черемух и черешен пугливо протянули свои корни в ключевой холод и изредка лепечут листьями, будто сердясь и негодуя, когда прекрасный ветреник — ночной ветер, подкравшись мгновенно, целует их. Весь ландшафт спит. А вверху все дышит, все дивно, все торжественно. А на душе и необъятно, и чудно, и толпы серебряных видений стройно возникают в ее глубине. Божественная ночь! Очаровательная ночь! И вдруг все ожило: и леса, и пруды, и степи. Сыплется величественный гром украинского соловья, и чудится, что и месяц заслушался его посередине неба... Как очарованное, дремлет на возвышении село. Еще белее, еще лучше блестят при месяце толпы хат; еще ослепительнее вырезаются из мрака низкие их стены. Песни умолкли. Все тихо.

(Н.В. ГОГОЛЬ «МАЙСКАЯ НОЧЬ, ИЛИ УТОПЛЕННИЦА»)

ТЕКСТ №8 Стилистический анализ текста

Вызрел ковыль. Степь на многие версты оделась колышущимся серебром. Ветер упруго приминал его, наплывая, шершавил, бугрил, гнал то к югу, то к западу сизоопаловые волны. Там, где пробегала текучая воздушная струя, ковыль молитвенно клонился, и на седой его хребтине долго лежала чернеющая тропа. Отцвели разномастные травы. На гребнях никла безрадостная выгоревшая полынь. Короткие ночи истлевали быстро. По ночам на обуглено черном небе несчетные сияли звезды; месяц — казачье солнышко, темнея ущербленной боковиной, светил скупое, бело; просторный Млечный Шлях сплетался с иными звездными путями. Терпкий воздух был густ, ветер сух, полыней; земля, напитанная все той же горечью всесильной полыни, тосковала о прохладе. Зыбились гордые звездные шляхи, не попранные ни копытом, ни ногой; пшеничная россыпь звезд гибла на сухом, черноземночерном небе, не всходя и не радуя ростками месяц — обсохлым солончаком, а по степи — сушь, сгибшая трава, и по ней белый неумолчный перепелиный бой да металлический звон кузнечиков...

(М.А. Шолохов «Тихий Дон»)

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Критерии языковой нормы.
2. Нормативный аспект культуры речи и его основные особенности. Основные виды языковых норм: орфоэпические, лексические и грамматические.

3. Коммуникативный аспект культуры речи и его основные особенности. Коммуникативные качества речи: правильность, точность, логичность, понятность, краткость, богатство, чистота, выразительность, уместность.
4. Этические нормы речевой культуры.
5. Важность приобретения навыков публичного общения для решения коммуникативных задач в сфере журналистской деятельности.
6. Изменения в сфере кода: актуальное состояние языка СМИ. Динамика речевого поведения. Основные мотивы речевого поведения и речевые стратегии.
7. Общие особенности контактного поведения. Основные правила, связанные с контактом. Кон-фликты контактных решений. Изменения в сфере контакта: актуальное состояние. Динамика контактного поведения. Основные мотивы в установлении контакта.
8. Уровни деятельности журналиста.
9. Типы мотивов. Доминирующий мотив и целевая установка.
10. Изобразительно-выразительные особенности речи ведущих ТВ.
11. Использование языковой игры в речи ведущих.
12. Невербальные средства общения на телевидении.
13. Причины неадекватного речевого поведения журналиста и/или его собеседника. Выход из трудной ситуации.
14. Ритуальная речь.
15. Провокационная речь. Декодированность провокационной речи. Уровни подтекста. Внутренние мотивы провокационной речи.
16. Приемы провокации (блеф, «напроситься на комплимент», «глупое» заявление).
17. Императивная речь.
18. Эмоции, вызываемые императивной речью. Приемы воздействия на группы эмоций.
19. Убеждающая речь. Механизм убеждения: вытеснение и замещение.
20. Вербальное насилие в убеждающей речи.
21. Конфликты речевых решений.
22. Логико-речевые ошибки в СМИ.
23. Языковое манипулирование в масс-медиа.
24. Языковая агрессия, языковая демагогия в СМИ.
25. «Ложная» аргументация в СМИ.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет проходит в устной и письменной форме. Студент получает 1

теоретический вопрос и практическое задание. Отметка выставляется в соответствии с разработанными критериями по каждому заданию, оценивающему этап формирования компетенции и по результатам выполнения заданий в семестре.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Социология массовых коммуникаций

1. Массовая коммуникация – это:

- а) дружеская беседа за чашкой чая
- б) общение больших социальных групп
- в) межличностное общение
- г) деловое общение.

2. Теорию коммуникативной деятельности разработал:

- а) Э.Фромм
- б) Т.Парсонс
- в) М.Вебер
- г) Ю.Хабермас

3. При моделировании процесса массовой коммуникации выделяют три звена:

- а) редактор – журналист – аудитория
- б) коммуникатор – редактор – журналист
- в) коммуникатор – сообщение – аудитория
- г) редактор – газета – читатель

4. Социологический метод выявления частоты повторения в документах определенных, интересующих исследователя характеристик называется:

- а) опрос
- б) глубинное интервью
- в) контент-анализ
- г) социологический эксперимент

5. Программа социологического исследования – это:

- а) изложение основных принципов, теории и методологии исследования, его процедур и организации.
- б) заказ социологу
- в) операционализация понятия
- г) составление сметы расходов

6. Изучение эффективности пропаганды в период Первой мировой войны привело исследователей к созданию теорий, в которых людская масса представляла как:

- а) вполне определенная однородная аудитория
- б) совершенно беззащитная перед рупором огромной пропагандистской машины.
- в) как сопротивляющаяся пропагандистскому воздействию СМИ
- г) не поддающаяся никакому влиянию

7. Методика контент-анализа направлена на:

- а) подсчет количества повторения в документах фамилии автора
- б) объективное изучение текстов массовой коммуникации с целью исследования социальных процессов (объектов, явлений), которые эти тексты представляют
- в) изучение общественного мнения
- г) выявление психологического климата в редакции

8. Элементарная схема коммуникации включает в себя компоненты:

- а) коммуникант, реципиент
 - б) коммуникант, реципиент, передаваемый объект
 - в) коммуникант, реципиент, обратная связь
 - г) коммуникант, реципиент, передаваемый объект, обратная связь
9. Социологические методы делятся на две группы (выберите два правильных ответа)

- а) качественные

- б) психологические
- в) количественные
- г) статистические

10. Понятие «социология прессы» ввел в социологию

- а) Дж. Гэллуп
- б) М. Вебер
- в) Ю. Левада
- г) П. Сорокин

11. Согласно теории двухступенчатого потока коммуникации,

- а) информация из СМИ сначала проходит специальный контроль
- б) рассылается на дом по два раза в день
- в) сначала поступает к более информированным и заинтересованным людям, а потом уже к остальным, составляющим массовую аудиторию
- г) поступает сначала к журналистам

12. Социологические исследования и в области журналистики в России в 20-е годы XX в. ознаменованы:

- а) взлетом
- а) застоем
- б) отсутствием:
- г) запретом на социологические исследования

13. Создание института общественного мнения под руководством Б.Грушина стало возможно в результате

- а) прихода к власти в СССР М.Горбачева
- б) нового взлета социологических исследований в области журналистики в начале 60-х гг. XX в.
- в) по требованию трудящихся
- г) как подчинение решению редактора

13. Первые теории массовой коммуникации строились по принципу «стимул – реакция» и подкреплялись безграничной верой в возможности СМК и всеислие пропаганды. Какая из перечисленных теорий не соответствует этому принципу

- а) «волшебной пули»
- б) селективного влияния
- в) транзактного анализа
- г) теория фрейминга

14. Для изучения общественного мнения не применяют метод:

- а) фокусированное групповое интервью
- б) интервьюирование
- в) опрос
- г) анкетирование

15. Мотивы и установки потребителя информации действуют на стадии:

- а) выбора журналистом темы сообщения
- б) поиска и выбора реципиентом СМИ
- в) перехода от одной профессии к другой;
- г) подписания издания в печать

16. Многолетние исследования аудитории позволили выделить основания ее типологии. Что из перечисленного не служит таким основанием

- а) социально-демографические характеристики
- б) социально-психологические
- в) образ жизни
- г) нравственные, религиозные и прочие социальные регламенты

17. Становление опроса как подлинно научного метода и институционализация общественного мнения в США связаны с именем

- а) Н. Смэлзера

б) П.Лазарсфельда

в) Дж. Гэллапа

г) Г. Лассуэлла

18. При выборочном исследовании выборка должна быть (отметьте два требования)

а) большой

б) репрезентативной

в) стандартной

г) статистически значимой

19. Медиаметрические исследования – это

а) изучение содержания прессы

б) опрос общественного мнения

в) социологический эксперимент

г) изучение количественного размера аудитории конкретного издания, программы, передачи

20. Рейтинг – это

а) лабораторный эксперимент

б) качественные характеристики аудитории

в) место, ранг в той или иной шкале измерения популярности

г) качественный социологический метод

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ																				

Ключ к тесту:

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	б	г	в	в	а	в	б	б	ав	б	в	а	в	а	б	г	в	бг	г	в

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине СТИЛИСТИКА

Тест 1.

1. Функциональный стиль - это:

- а) язык;
- б) разновидность языка;
- в) форма речи;
- г) жанр.

2. Какая (-ие) черта (-ы) не относится (-ятся) к научному стилю:

- а) точность;
- б) абстрактность;
- в) экспрессивность;
- г) логичность.

3. Какая (-ие) черта (-ы) не относится (-ятся) к официально-деловому стилю:

- а) точность;
- б) абстрактность;
- в) экспрессивность;
- г) логичность.

4. Какая (-ие) черта (-ы) не относится (-ятся) к газетно-публицистическому стилю:

- а) стандартизованность;
- б) слабая индивидуализация речи;
- в) экспрессивность;
- г) оценочность.

5. Какая (-ие) черта (-ы) не относится (-ятся) к литературно-художественному стилю:

- а) стандартизованность;

- б) слабая индивидуализация речи;
- в) экспрессивность;
- г) образность.

6. Какое слово в ряду не является синонимом к остальным словам:

- а) спать;
- б) дрыхнуть;
- в) поживать;
- г) дремать.

7. Какое (-ие) слово (-а) заимствовано (-ы) не из французского языка:

- а) кюре;
- б) аншлаг;
- в) пари;
- г) вояж.

8. Какое (-ие) слово (-а) имеют старославянское происхождение:

- а) сохранить;
- б) млечный;
- в) невежа;
- г) ворота.

9. Какое (-ие) слово (-а) не является (-ются) книжным (-и):

- а) гипотенуза;
- б) стезя;
- в) очень;
- г) предназначение.

10. Какой из фразеологизмов не является антонимом к выражению "появиться на свет":

- а) отправиться к праотцам;

- б) задать стрекача;
- в) приказать долго жить;
- г) сыграть в ящик.

11. Омонимы - это:

- а) близкие по звучанию и написанию, но разные по значению слова;
- б) одинаковые по звучанию и написанию, но разные по значению слова;
- в) близкие по звучанию и написанию и близкие по значению слова;
- г) разные по звучанию и написанию, но близкие по значению слова.

12. Паронимы - это:

- а) близкие по звучанию и написанию, но разные по значению слова;
- б) одинаковые по звучанию и написанию, но разные по значению слова;
- в) близкие по звучанию и написанию и близкие по значению слова;
- г) разные по звучанию и написанию, но близкие по значению слова.

13. Синонимы - это:

- а) близкие по звучанию и написанию, но разные по значению слова;
- б) одинаковые по звучанию и написанию, но разные по значению слова;
- в) близкие по звучанию и написанию и близкие по значению слова;
- г) разные по звучанию и написанию, но близкие по значению слова.

14. Метафора - это перенос наименования:

- а) с одного предмета на другой на основе смежности;
- б) с одного предмета на другой на основе сходства;
- в) с части предмета на весь предмет;
- г) с целого предмета на часть.

15. Риторические фигуры - это выразительные средства языка, использующие возможности:

- а) лексики;

- б) морфологии;
- в) фонетики;
- г) синтаксиса.

16. Ошибка, содержащаяся в предложении "И потащили со своих дворов ненужный хлам", - это:

- а) паронимия;
- б) омонимия;
- в) плеоназм;
- г) нарушение лексической сочетаемости.

17. Ошибка, содержащаяся в предложении "Для слушателей будут прочитаны беседы по важнейшим вопросам сельского хозяйства", - это:

- а) паронимия;
- б) омонимия;
- в) плеоназм;
- г) нарушение лексической сочетаемости.

18. Ошибка, содержащаяся в предложении "Отдых снимает нервное напряжение и утомляемость", - это:

- а) паронимия;
- б) омонимия;
- в) плеоназм;
- г) нарушение лексической сочетаемости.

19. Ошибка, содержащаяся в предложении "Эффектную борьбу со СПИДом и раком врачи смогут вести уже в ближайшие годы", - это:

- а) паронимия;
- б) омонимия;
- в) плеоназм;
- г) нарушение лексической сочетаемости.

20. Ошибка, содержащаяся в предложении "Детворе нужна пышная свежесть зеленой лужайки, тенистая прелесть деревьев", - это:

- а) паронимия;
- б) омонимия;
- в) плеоназм;
- г) нарушение лексической сочетаемости.

Тест 2.

1. Укажите, в каком предложении допущена синтаксическая ошибка – смешение словосочетаний (контаминация).

- а) Депутат заявил, что за ним положено место в Государственной Думе.
- б) Глядя на нее, вас охватывало щемящее чувство жалости.
- в) Социологические опросы журналистов продолжаются.
- г) Рука ученых фермеров спасла.

2. В каком предложении допущена ошибка в употреблении деепричастного оборота?

- а) Депутат заявил, что за ним положено место в Государственной Думе.
- б) Глядя на нее, вас охватывало щемящее чувство жалости.
- в) Социологические опросы журналистов продолжаются.
- г) Рука ученых фермеров спасла.

3. В каком предложении допущена двусмысленность из-за неразграничения субъекта и объекта?

- а) Депутат заявил, что за ним положено место в Государственной Думе.
- б) Глядя на нее, вас охватывало щемящее чувство жалости.
- в) Социологические опросы журналистов продолжаются.
- г) Рука ученых фермеров спасла.

4. В каком предложении допущена двусмысленность вследствие неудачного порядка слов (из-за «ложного словосочетания»)?

- а) Депутат заявил, что за ним положено место в Государственной Думе.
- б) Глядя на нее, вас охватывало щемящее чувство жалости.
- в) Социологические опросы журналистов продолжаются.
- г) Рука ученых фермеров спасла.

5. В каком предложении допущена синтаксическая ошибка - смешение словосочетаний?

- а) Без всяких колебаний автор принял условия договора.
- б) Редактор несколько раз перечитал абзац.
- в) Многие пенсионеры сейчас влачат лямку.
- г) Это для нас не играет значения.

6. Отметьте предложение с ошибкой в управлении (выборе падежной формы).

- а) Брат приехал с Воронежа.
- б) Все работали с энтузиазмом.
- в) Альпинисты возвратились с Кавказа.
- г) Мы с товарищем долго гуляли по парку.

7. Укажите, в каких предложениях употребляются предлоги книжного стиля.

- а) Он пропустил много занятий по болезни.
- б) Он пропустил много занятий из-за болезни.
- в) Он пропустил много занятий по причине болезни.
- г) Он пропустил много занятий вследствие болезни.

8. Укажите, в каких предложениях употребляются союзы книжного стиля.

- а) Он перестал спорить, потому что был неправ.
- б) Он перестал спорить, ибо был неправ.
- в) Он перестал спорить, так как был неправ.
- г) Он перестал спорить, в силу того что был неправ.

9. Укажите, в каком предложении используется необычный порядок слов (инверсия).

- а) Готовь сани летом, а телегу – зимой.
- б) Скука меня томила страшная.
- в) Знаете ли вы украинскую ночь?
- г) Они вошли в свои темные, душные, скучные комнаты.

10. Укажите, в каком предложении используется прием синтаксического параллелизма?

- а) Готовь сани летом, а телегу – зимой.
- б) Скука меня томила страшная.
- в) Знаете ли вы украинскую ночь?
- г) Они вошли в свои темные, душные, скучные комнаты.

11. Минимального вмешательства редактора в текст требует правка:

- а) вычитка;
- б) сокращение;
- в) обработка;
- г) переделка.

12. Максимального вмешательства редактора в текст требует правка:

- а) вычитка;
- б) сокращение;
- в) обработка;
- г) переделка.

13. Какой тип отношений наблюдается между понятиями "человек" и "планета":

- а) тождества;
- б) подчинения (включения);
- в) перекрещивания;

г) исключения.

14. К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "Ни один материальный объект не может существовать только в пространстве и не быть во времени или быть во времени и не находиться в пространстве. Всегда и везде любое тело существует как в пространстве, так и во времени. Это значит, что пространство и время органически связаны друг с другом":

а) описание;

б) повествование;

в) рассуждение;

г) определение.

15. К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "Около 800 тонн мазута вылилось на поверхность Мраморного моря близ турецкого побережья в результате аварии российского танкера...Причиной аварии стал ураган. В ночь на среду танкер переломился от удара шквального ветра. Основная носовая часть удержалась на плаву. Корму штормом выбросило на берег..." (из газеты):

а) описание;

б) повествование;

в) рассуждение;

г) определение.

16. К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "В комнату вошел человек лет пятидесяти, с бледным, изрытым оспой продолговатым лицом, длинными седыми волосами и редкой рыжеватой бородкой. Он был такого большого роста, что для того, чтобы пройти в дверь, ему не только нужно было нагнуть голову, но и согнуться всем телом" (Л. Толстой):

а) описание;

б) повествование;

в) рассуждение;

г) определение.

17. К какому виду текстов по способу изложения относится следующее сообщение: "Точка - знак препинания, ставящийся в конце повествовательного или побудительного предложения":

- а) описание;
- б) повествование;
- в) рассуждение;
- г) определение.

18. Укажите, в каком случае допущен словесный штамп при создании заголовка:

- а) Алюминиевое спокойствие «Русал» продолжает наращивать объемы производства;
- б) Заметки вашего современника;
- в) Рассыпая бомбы, как поп-корн, войну в Югославии не выиграть;
- г) «Михаил Шолохов» получает прописку на Балтике.

19. Укажите, в каком случае допущена громоздкость заголовка (осложненность):

- а) Алюминиевое спокойствие «Русал» продолжает наращивать объемы производства;
- б) Заметки вашего современника;
- в) Рассыпая бомбы, как поп-корн, войну в Югославии не выиграть;
- г) «Михаил Шолохов» получает прописку на Балтике.

20. Укажите, в каком случае допущено противоречие в структуре заголовка:

- а) Алюминиевое спокойствие «Русал» продолжает наращивать объемы производства;
- б) Заметки вашего современника;
- в) Рассыпая бомбы, как поп-корн, войну в Югославии не выиграть;
- г) «Михаил Шолохов» получает прописку на Балтике.

УТВЕРЖДАЮ
заведующий кафедрой
теории и практики журналистской деятельности
_____ (Филиппов Ю.Л.)
« ____ » _____ 200__ г.

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Теория и методика журналистского творчества»

Курс: _____, группа: _____.

Фамилия И.О.: _____.

« ____ » _____ 200__ г.

1. Публицистика – это:

- а) ораторское искусство
- б) жанр
- в) особый род литературы
- г) массовая коммуникация

2. Жанр – это:

- а) исторически сложившийся тип журналистского произведения
- б) утвержденная руководством издания схема газетных текстов
- в) субъективный набор приемов описания
- г) форма газетных текстов, определяемая композиционно-графической моделью издания

3. Главными жанрообразующими признаками являются:

- а) тема, проблема, идея, конфликт
- б) объем, верстка, место в газете, шрифт
- в) предмет, функция, метод, изобразительно-выразительные средства
- г) факт, ситуация, событие, явление

4. Какой из перечисленных признаков характеризует все информационные жанры?

- а) оперативность
- б) аналитичность
- в) образность
- г) проблемность

5. Какая из предложенных иерархических «цепочек» является правильной:

- а) явление – факт – ситуация
- б) факт – ситуация – явление
- в) ситуация – явление – факт
- г) факт – явление – ситуация

6. Предметом заметки является:

- а) процесс
- б) личность
- в) факт, несущий новость
- г) мнение

7. Методом жанра заметки является:

- а) интервью
- б) наблюдение
- в) интерпретация события
- г) номинация факта

8. Функция заметки это:

- а) создание эффекта присутствия
- б) оперативное сообщение о факте
- в) выявление мнений реципиентов
- г) формирование идеала личности

9. В каком из перечисленных жанров предметом исследования является действие, выраженное в слове?

- а) репортаж
- б) заметка
- в) отчет
- г) зарисовка

10. В каком из видов отчета журналист в большей степени может использовать комментарий, оценку:

- а) аналитический
- б) прямой

в) информационный

г) хроникальный

11. Основным структурным элементом интервью является:

а) вопрос

б) повествование

в) описание

г) реплика

12. Форма интервью является:

а) драматургической

б) лирической

в) повествовательной

г) описательной

13. Предметом интервью является:

а) личность

б) беседа

в) мнение

г) событие

14. Предметом отображения в репортаже является:

а) социальный процесс

б) явление

в) проблема

г) событие

15. В каком из жанров более всего проявляется авторское «я»?

а) репортаж

б) отчет

в) заметка

г) интервью

16. «Журналист непременно должен присутствовать на месте события» - для какого жанра это условие является обязательным?

а) заметка

б) отчет

в) репортаж

г) комментарий

17. «Эффект присутствия» является обязательным признаком жанра:

а) интервью

б) отчета

в) заметки

г) репортажа

18. В каком из жанров повествование от первого лица (использование местоимений «я» и «мы») не противоречит жанровой специфике?

а) заметка

б) отчет

в) репортаж

г) обозрение

19. Найдите неправильный вариант ответа на вопрос: «За счет каких средств достигается «эффект присутствия» в репортаже?»

а) деталь

б) подробность

в) использование статистических данных

г) наглядность

20. Методом репортажа является:

а) интервью

б) работа с документами

в) наблюдение

г) анализ прессы

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ																				

Ключ к тесту:

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	в	а	в	а	б	в	г	б	в	а	а	а	в	г	а	в	г	в	в	в

.

Приложение
к рабочей программе дисциплины
«Теория и практика рекламы»

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине **«Теория и практика рекламы»**

Раздел 1. История и теория рекламной деятельности

Тема. Реклама как социальный институт и форма коммуникации

1. Подберите примеры, иллюстрирующие коммуникативную, фатическую, контекстуальную, кодовую, эстетическую функции рекламной коммуникации.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Современное состояние рекламного пространства, сегментированию потребительского рынка.

1. Анализ рекламных текстов в журнале «Лиза». Как проявляется сегментация по гендерному признаку (или по возрастному)
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Особенность формирования российского рекламного пространства

1. Аналитический обзор «Архетипические образы в российской рекламе». Форма представления результатов выбирается самостоятельно и является частью оценки.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Адресант и адресат рекламной коммуникации..

1. Сопоставление разных видов рекламы одного и того же товара (товарной группы, услуги)
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Коммуникативная функция рекламы.

1. Аннотированная подборка примеров , отражающих современные тенденции формирования современного рекламного сообщения, процессы расширения семантической структуры .

2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Фатическая функция рекламы.

1. Эссе на тему «Потребительские предрассудки и возможные способы их преодоления.

2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Конативная функция рекламы.

1. Подберите три рекламных ролика, представляющих разные образы будущего. Прокомментируйте значение рекламного контекста

2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Эстетическая функция рекламы.

1. Разработайте критерии качества «идеальной рекламы» .

Подберите конкретные примеры, иллюстрирующие каждое из выдвинутых вами требований.

2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Виды рекламы в зависимости от стадии продвижения товара

1. Проанализируйте рекламные тексты, определите, на какой стадии товарного цикла они эффективны.

2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Примеры тестовых заданий

1. Исключите лишнее. С точки зрения целей и функций выделяют следующие виды рекламы

- А. международная
- В. коммерческая
- С. социальная

D. политическая

2. Коммерческая реклама...

- A. выступает как средство борьбы за избирателей, за их голоса
- B. выходит за рамки экономических задач, направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей: популяризация здорового образа жизни среди населения;
- C. ставит своей целью воздействие на потребителя (потенциального покупателя), предложив товар которому, можно получить взамен от него прибыль

3. Цель рекламы ...

- A. донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории
- B. увеличение продаж
- C. формирование имиджа компании

4. Согласно Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», реклама - это...

- A. процесс донесения информации от рекламодателя до целевой аудитории посредством медиа-каналов или иными способами
- B. информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке
- C. оплаченная, неперсонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить (к чему-то) или повлиять (как-то) на аудиторию
- D. ответвление массовой коммуникации, в русле которого создаются и распространяются информационно-образные, экспрессивно субъективные тексты, адресованные группам людей с целью побудить их к определенному выбору или поступку.

5. Процесс передачи рекламного обращения от источника информации (коммуникатора) к получателю (реципиенту) посредством определенного канала, включающий также ответную реакцию потребителя, возникшую в результате контактов с рекламным обращением

- A. рекламная коммуникация

- В. рекламная кампания
- С. рекламная акция
- Д. рекламное объявление

6. Достижение сигналом, посылаемым отправителем, одного адресата (потенциального покупателя) называется ...

- А. рекламной коммуникацией
- В. рекламной акцией
- С. рекламным контактом

7. Рекламный персонаж, в уста которого вкладывается рекламное обращение, - это...

- А. актер
- В. рекламный посредник (коммуникант)
- С. рекламораспространитель

8. Набор откликов получателей, которые возникают в результате контакта с рекламным обращением, - это...

- А. ответная реакция
- В. обратная связь
- С. помехи

9. Что не относится к физическим помехам, которые могут возникать в процессе рекламной коммуникации?

- А. повреждение носителей коммуникации (поломка рекламного щита, опечатки в деловом письме, перебои в электроснабжении на канале ТВ и т. п.)
- В. наслаивание одной информации на другую
- С. различия в восприятии окружающей действительности разными людьми

10. Незапланированные искажения при вмешательстве в процесс рекламной коммуникации факторов внешней среды - это...

- А. помехи
- В. шумы
- С. архетип
- Д. стереотипы

11. Семантические помехи в процессе рекламной коммуникации...

- А. возникают из-за многозначности отдельных понятий (маленький-большой, сильный-слабый, много-мало и т.п.).

- В. являются результатом различий в восприятии окружающей действительности разными людьми
- С. возникают из-за наслаивания одной информации на другую, повреждения носителей коммуникации

12. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму

- А. рекламопроизводитель
- В. рекламораспространитель
- С. рекламодатель

13. В рекламной коммуникации классификация потребителей основана на определении их готовности к приобретению новой продукции. Согласно этой классификации, какой категории потребителей нет?

- А. поздно составляющие большинство
- В. инноваторы
- С. рано принимающие новую продукцию
- Д. "опаздывающие"
- Е. опережающие

14. Исключите лишнее. Для перевода непроизвольного внимания в произвольное используются следующие рекламные приемы...

- А. привлечение фактов, связанных с рекламируемым товаром
- В. привлечение журналистов
- С. привлечение внимания к достоинствам товара, его известности, товарной марке
- Д. применение «интригующих» заголовков, заставляющих прочесть текст до конца
- Е. выделение определенных абзацев текста при помощи цвета и шрифта

15. Что из ниже перечисленного не относится к ATL-рекламе?

- А. сэмплинг
- В. реклама в печатных СМИ
- С. наружная реклама (в том числе реклама на транспорте)
- Д. реклама на телевидении
- Е. реклама на радио

16. Что не является недостатком ATL-рекламы?

- А. формат ограничивает креативность рекламных материалов
- В. высокая совокупная стоимость бюджета

С. прогнозируемый результат

17. К достоинствам ATL-рекламы не относится...

- А. прогнозируемый результат
- В. низкая стоимость одного контакта
- С. существующая система посредников, предлагающая услуги размещения ATL
- Д. применимость как для общенационального охвата ЦА, так и для локальных кампаний
- Е. высокая совокупная стоимость бюджета

18. Что не относится к функциям рекламы?

- А. рекреационная
- В. экономическая функция
- С. социальная функция
- Д. маркетинговая функция

19. Местная реклама рассчитана на ...

- А. жителей одного региона
- В. потребителя, сосредоточенного в одном городе или торговой зоне
- С. жителей одного государства

20. Реклама, нацеленная на потребителей в нескольких регионах страны, называется...

- А. местной
- В. региональной
- С. общенациональной

Трансформирующая реклама обычно востребована...

- А. когда перед рекламодателем стоит задача развития новых ассоциаций с товаром
- В. когда товар только выводится на рынок
- С. когда сильна конкуренция в конкретном секторе экономики

21. Опровергающая реклама используется, когда ...

- А. предложение строится на «разоблачении» заявления в рекламе конкурентов
- В. сильна конкуренция в конкретном секторе экономики
- С. требуется привлечь внимание потребителей

22. Поощряющую рекламу компании обычно используют...

- A. сообщения о новинке на рынке.
- B. для привлечения внимания потребителей.
- C. когда первичный спрос удовлетворен или слишком сильна конкуренция.

23. Разновидностью увещательной рекламы является ...

- A. подкрепляющая реклама
- B. сравнительная реклама
- C. превентивная реклама

24. Реклама, направленная на активизацию потребностей покупателей в приобретении продукции данной фирмы, - это...

- A. увещательная реклама
- B. информативная реклама
- C. напоминающая реклама
- D. стимулирующая реклама

25. Напоминающая реклама...

- A. напоминает потребителям о том, что товар может быть им полезен в ближайшем будущем, информирует о том, где его можно приобрести, удерживает товары в памяти в периоды межсезонья
- B. рассказывает о новинке или о новых возможных применениях известного товара
- C. направлена на активизацию потребностей покупателей в приобретении продукции данной фирмы

26. Увещательная реклама...

- A. рассказывает о новинке или о новых возможных применениях известного товара
- B. формирует предпочтение к марке, стремится переключить с марки конкурентов на свою
- C. напоминает потребителям о том, что товар может быть им полезен в ближайшем будущем

27. Рассказ о новинке или о новых возможных применениях известного товара - это ...

- A. напоминающая реклама
- B. увещательная реклама
- C. информативная реклама

стимулирующая реклама

28. Трансформирующая реклама обычно востребована...

- A. когда перед рекламодателем стоит задача развития новых ассоциаций с товаром
- B. когда товар только выводится на рынок
- C. когда сильна конкуренция в конкретном секторе экономики

29. Наибольшего развития рекламные технологии достигли в

- A. Евросоюзе
- B. США
- C. России
- D. Китае
- E. Японии

30. Консьюмеризм – это

- A. движение по защите от засилья рекламы
- B. процесс производства рекламы на ТВ
- C. движение по защите прав потребителей

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	C	A	B	A	C	B	A	C	A	A	A	E	B	A	C	E	A	B	C

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	C	B	D	A	B	C	A	B	C

Раздел 2. Виды рекламы и средства ее размещения рекламы

Тема. Реклама в печатных средствах массовой информации.

1. Составьте авторский Топ 10 «Эффективные новаторские ходы в печатной рекламе»
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Электронные средства массовой информации.

1. Авторский сценарий рекламного ролика.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Реклама в сети Интернет.

1. Составьте квалификационную таблицу (или электронную презентацию на тему : «Нестандартные формы рекламы в интернете»)
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Наружные и транзитные средства

1. Мини-исследование «Рукой подать - рекламное пространство у моего дома (университета)»
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Стимулирование сбыта и вспомогательные рекламные средства.

1. Разработайте план продвижения товара (услуги) на основе приемы стимулирования сбыта.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Скрытая реклама: виды и стратегии

1. Обоснуйте авторскую стратегию скрытого продвижения товара . Прокомментируйте возможные плюсы и минусы.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Политическая реклама и способы ее трансляции.

1. Презентация «Новые приемы в политической рекламе»
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Социальная реклама: виды и механизмы продвижения.

1. . Разработайте авторский макет социальной рекламы
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Примеры тестовых заданий

1. Тротуарное панно; конструкция, устанавливаемая на тротуарах и вдоль проезжей части

- А. ситилайт
- В. троллы
- С. брандмауэр
- Д. билборд

2. Отдельные щиты с рекламными плакатами 6×3 м, 8×4 м - это...

- А. ситилайт
- В. троллы
- С. билборды
- Д. брандмауэр

3. Двусторонние рекламные конструкции, перпендикулярно расположенные над проезжей частью на вертикальных опорах, оборудованы подсветкой изнутри, за счёт чего очень эффективны в тёмное время суток

- А. троллы
- В. промостойка
- С. билборды
- Д. ситилайт

4. Лёгкая разборная или неразборная конструкция для проведения промоакций, дегустаций, представления новых товаров, услуг и т. д.

- А. ситилайт
- В. троллы
- С. билборды

D. промостойка

5. Реклама, отличающаяся от традиционных коммуникативных форм и продвигаемая ближе к потребителю - в интимную сферу целевой группы, - разрабатывая новые носители, отличные от классических средств массовой информации в общественных местах (тележки в супермаркетах, эскалаторы в метро, посуда для еды на вынос, стенды для открыток, ценники, билеты, пакеты, постеры)

- A. Outdoor-реклама
- B. Ambientmedia
- C. креативная реклама

6. Популяризация здорового образа жизни среди населения; поддержка незащищённых слоёв населения; борьба с загрязнением окружающей среды; популяризация общественных организаций и фондов, целью которых является помощь окружающим людям, в частности детям, - это

- A. социальная реклама
- B. общенациональная реклама
- C. политическая реклама

7. Органично встроенный в архитектурный облик здания экран или дисплей произвольного размера и формы (с возможностью трансляции медиаданных - текстовых сообщений, графики, анимации и видео) на его поверхности, который устанавливается (инсталлируется) на наружной или внутренней (для прозрачных фасадов) части здания

- A. стритлайн
- B. призматрон
- C. медиафасад

8. Что не относится к транзитной рекламе?

- A. реклама на бортах и в салонах маршрутных такси
- B. реклама на скамейках
- C. реклама в метро (на станциях, на входе и выходе, в тоннелях, в вагонах)
- D. реклама на частных автомобилях (брендирование транспорта)

9. Исключите лишнее. Стоимость рекламной публикации в печатном СМИ складывается из...

- A. известности и авторитета журналиста, который будет готовить рекламный материал
- B. тарифа на рекламную площадь
- C. Наценки на место расположения на полосе
- D. наценки на срочность

использование в объявлении дополнительного цвета, рамки и т.д.

10. Исключите лишнее. К преимуществам рекламы в журналах относится...

- A. высокая демографическая и географическая избирательность
- B. значительный тираж
- C. длительность существования
- D. престижность
- E. большое число «вторичных» читателей

11. Исключите лишнее. К недостаткам рекламы в журналах относится...

- A. большое число «вторичных» читателей
- B. длительный временной разрыв
- C. технология производства журналов не позволяет оперативно вносить изменения

12. Что не относится к видам интернет-рекламы?

- A. баннерная реклама
- B. контекстная реклама
- C. тизерная реклама
- D. модульная реклама

13. Что не относится к BTL-рекламе?

- A. транзитная реклама
- B. мерчендайзинг
- C. specialevents
- D. сейлзпромоушн
- E. POS-материалы

14. Что не относится к видам директ-маркетинга?

- A. сетевой маркетинг
- B. прямая почтовая рассылка
- C. телефонный маркетинг
- D. POS-материалы
- E. маркетинг по каталогам

15. Технология, которая подразумевает любые виды рекламных обращений, основная задача которых состоит в получении реакции в виде запроса дополнительной информации, с целью создания коммуникации и дальнейшего приобретения товаров или услуг - это...

- A. POS-материалы

- В. мерчендайзинг
- С. прямой маркетинг (директ-маркетинг)
- Д. сейлзпромоушн

16. **«Магазин на диване» и «Телемагазин» - это варианты...**

- А. телевизионного маркетинга прямого отклика
- В. каталог-маркетинга
- С. сетевого маркетинга

17. **Комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки ...**

- А. сейлзпромоушн
- В. POS-материалы
- С. specialevents
- Д. мерчендайзинг

18. **Вид маркетинговых коммуникаций, обозначающий комплекс мероприятий по продвижению продаж по всему маршруту движения товара - от изготовителя через каналы сбыта до потребителя - с целью ускорения сбыта товаров...**

- А. specialevents
- В. прямая почтовая рассылка
- С. сейлспромоушен
- Д. POS-материалы

19. **Рекламно-информационные материалы, размещаемые непосредственно в торговой точке, задача которых повысить продажи какого-либо конкретного товара (группы товаров) в данной торговой точке - это ...**

- А. POS – материалы
- В. Specialevents
- С. сэмплинг

20. **Комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, разрабатываемых для достижения стратегических целей и решения проблем предприятия, и являющихся результатом общего рекламного плана для различных, но связанных друг с другом рекламных обращений, размещенных в различных СМИ в течение определенного периода времени**

- А. рекламная акция
- В. рекламная коммуникация
- С. рекламная кампания

21. Вид POS-материалов, предназначенных для размещения рекламной информации (листовок, буклетов и т. д.); размещаются на горизонтальных поверхностях, там, где до них можно легко дотянуться рукой; конструктивно представляют собой постер с карманом для выкладки материалов с лицевой стороны и ножкой обеспечивающей устойчивость - с обратной...

- А. диспенсеры
- В. баркет-подставка
- С. глорифаер
- Д. дэнглер

22. Объемные коробки (бутылки, банки), имитирующие продукт в увеличенном масштабе

- А. баркет-подставка
- В. джумби
- С. глорифаер
- Д. дэнглер

23. Радиоролик – это...

- А. информация, зачитываемая диктором
- В. специально разработанный игровой радиосюжет, излагающий определенную информацию
- С. тематическая радиопередача информационно-рекламного характера

24. Основную информацию в рекламе на радио необходимо дать в первые

- А. 15 секунд
- В. 10 секунд
- С. 30 секунд

25. Последовательность в радиосообщении должна быть такой

- А. что, как, где
- В. где, как, что
- С. как, что, где

26. В рекламном объявлении на радио лучше использовать

- А. разговорный стиль
- В. деловой стиль
- С. сленг, жаргон

27. Многократное издание размером не более одного листа, рассчитанное на кратковременное использование, это

- A. каталог
- B. проспект
- C. брошюра
- D. буклет

28. К какому рекламному средству относится каталог?

- A. наружная реклама
- B. печатная реклама
- C. реклама в прессе
- D. прямая почтовая реклама

29. Сброшюрованное (переплетённое) многокрасочное объёмное издание, содержащее систематизированную информацию о товарах и рассчитанное на длительное использование, называется

- A. проспект
- B. каталог
- C. брошюра
- D. бюллетень

30. Рекламные сообщения в сети Интернет относятся к типу рекламы:

- A. международной
- B. локальной
- C. национальной
- D. региональной

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	C	A	D	B	A	C	B	A	B	A	D	A	D	C	A	D	C	A	C

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	B	B	B	A	A	D	B	B	A

Раздел 3. Рекламные технологии

Тема. Производство рекламы как творческий процесс

1. Эссе на тему «Креатив» в рекламе : как это понимаю я...»
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Креативные техники в творческом процессе. Стратегии создания рекламы.

1. Представьте, что вы готовите материалы для сайта «Революции и революционеры в рекламе». Подготовьте материалы, представляющие опыт лучших рекламистов (творческий портрет рекламиста)
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

1. Анализ одной из классификаций креативных методик
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Основные этапы творческого процесса создания рекламы

1. Представьте процесс развития творческой идеи: идея, содержание, образ, название
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Рекламный образ.

1. Составьте свой перечень требований к рекламному образу. Проанализируйте текст рекламного сообщения с точки зрения соответствия вашим критериям качества (тест выбирается самостоятельно)
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта

1. Составьте свою антологию нестандартных идей в рекламе. Прокомментируйте авторскую подборку
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Технология разработки креативного рекламного текста

1. Составьте бриф для условного заказчика
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Психология восприятия и воздействия рекламы

1. Эссе на тему «Особенности реакции на рекламное послание в различных социальных группах.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Вербальные и невербальные компоненты рекламного сообщения

- 1.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Социологические и маркетинговые исследования в рекламе.

1. Проведите мини-исследование рекламного рынка по заданному алгоритму.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Планирование и оценка эффективности рекламных кампаний разного типа . Превентивная, увещательная, подкрепляющая и т.д. реклама

1. Составьте план рекламной кампании, используя рекламные в качестве образца успешные кампании продвижения аналогичных товаров
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Тема. Проведение рекламных кампаний.

1. Разработайте примерный сценарий одного из мероприятий в рамках спланированной рекламной кампании.
2. Ответьте на вопросы теста (примеры тестовых заданий см. ниже)

Примеры тестовых заданий

1. К какому виду ненадлежащей рекламы относятся некорректные сравнения с товарами других производителей?

- А. недобросовестная
- В. недостоверная
- С. неэтичная
- Д. скрытая

2. На какой вид внимания воздействует цвет и размер рекламируемого товара?

- А. произвольное
- В. произвольное
- С. слепопроизвольное

3. Какой вид рекламы использует 25 кадр?

- А. заведомо ложная
- В. скрытая
- С. недостоверная
- Д. недобросовестная

4. Сочетание театральных постановок и маркетингового продвижения, где в качестве сцены выступает сама жизнь

- А. life placement
- В. продакт-плейсмент (product placement)
- С. краудсорсинг

5. Какие методы воздействия на потребителя не используются в рекламной коммуникации:

- А. рациональные;
- В. административные;
- С. психологические;
- Д. эмоциональные

6. Процесс передачи рекламного обращения от источника информации (коммуникатора) к получателю (реципиенту) посредством определенного канала, включающий также ответную реакцию потребителя, возникшую в результате контактов с рекламным обращением

- А. рекламная коммуникация
- В. рекламная кампания
- С. рекламная акция
- рекламное объявление

7. Рекламный персонаж, в уста которого вкладывается рекламное обращение, - это...

- A. рекламный посредник (коммуникант)
- B. рекламораспространитель
- C. актер

8. Исключите лишнее. Для перевода непроизвольного внимания в произвольное используются следующие рекламные приемы...

- A. привлечение фактов, связанных с рекламируемым товаром
- B. привлечение журналистов
- C. привлечение внимания к достоинствам товара, его известности, товарной марке
- D. применение «интригующих» заголовков, заставляющих прочитать текст до конца
выделение определенных абзацев текста при помощи цвета и шрифта

9. Комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, разрабатываемых для достижения стратегических целей и решения проблем предприятия, и являющихся результатом общего рекламного плана для различных, но связанных друг с другом рекламных обращений, размещенных в различных СМИ в течение определенного периода времени

- A. рекламная акция
- B. рекламная коммуникация
- C. рекламная кампания

10. Названный психологами «эффект края» проявляется в том, что из рекламного послания человек лучше всего запоминает то, что сказано

- A. в начале
- B. в середине
- C. в конце
- D. в начале и в конце

11. Выстройте иерархию потребностей в порядке возрастания согласно теории американского психолога Абрахама Маслоу

- A. потребность в самоутверждении
- B. потребность в еде
- C. потребность в безопасности
- D. потребность в уважении
- E. потребность в любви
- B, C, E, D, A

12. Кто заложил основы психоанализа, методы которого сводятся к использованию в рекламе подсознательных комплексов, скрытых биологических и сексуальных импульсов и инстинктов, бессознательных мотивов поведения человека:

- A. Абрахам Маслоу
- B. Зигмунд Фрейд
- C. Вэнс Паккард
- D. Клод Хопкинс

13. К рациональным мотивам в рекламе относится

- A. мотив страха
- B. мотив порядочности
- C. мотив престижа
- D. мотив прибыльности

14. Мотив страха традиционно присутствует в рекламе

- A. коммерческой
- B. налоговой полиции
- C. пенсионного фонда
- D. банков и страховых компаний

15. Какого вида эффективности рекламной кампании не существует?

- A. коммуникативная эффективность
- B. экономическая эффективность
- C. эстетическая эффективность

16. Через несколько дней после рекламных мероприятий ("по свежим следам") 200 лицам, отобраным из целевой аудитории, предъявляют перечень торговых марок. Каждый из опрашиваемых должен ответить на вопрос, помнит ли он, что видел в определенном издании (радио- или телепрограмме) рекламу тестируемой марки. Данный метод оценки эффективности рекламной кампании называется...

- A. метод Гэллапа - Робинсона
- B. метод Старча
- C. метод "отзыва без помощи"
- D. метод опроса

17. Экономическую (торговую) эффективность рекламы определяют

- A. исходя из того, насколько эффективно то или иное рекламное объявление и его отдельные элементы
- B. измерением влияния рекламы на товарооборот (т.е. по степени увеличения продаж после проведения рекламных мероприятий)

С. исходя из того, насколько эффективно потрачены деньги на рекламу

18. Метод исследования запоминаемости рекламного сообщения, когда используют настоящие рекламные объявления, из которых изъята марка рекламируемой фирмы или товара, а опрашиваемые должны указать, какая марка пропущена

- А. метод Старча
- В. метод Гэллапа - Робинсона
- С. метод "тайников"
- Д. метод "отзыва без помощи"

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
А	А	В	А	В	А	С	А	С	Д	В, С, Е, Д, А	В	Д	В	С	А	В	С		

Приложение

к рабочей программе дисциплины
«Теория и практика связей с общественностью»

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по
дисциплине **«Теория и практика связей с общественностью»**

5 семестр

1. "Кто впервые официально употребил выражение «пабликрилейшнз»?"

- А.** Авраам Линкольн
- Б.** Сэм Блэк
- В.** Юлий Цезарь
- Г.** Томас Джефферсон"

2. Какую фразу заменило выражение «паблик рилейшнз» в 1807 году, когда впервые было официально употреблено?

- А.** общественное благо
- Б.** общественное мнение
- В.** состояния мысли
- Г.** общественный интерес

3. Уровень правового регулирования деятельности по СО:

- А.** деятельность по СО регламентирована рядом законов РФ
- Б.** есть специальный закон РФ об СО
- В.** деятельность по СО регулируется законодательно на уровне субъектов федерации

4. В каком году был принят кодекс профессионального поведения служб связей с общественностью?

- А.** 2004
- Б.** 1981
- В.** 1974
- Г.** 1962

5. Основная мысль Айви Ли в книге «Паблисити»?

- А.** общественность необходимо убеждать в правоте своих действий

Б. политики должны прислушиваться к мнению общественности с целью принятия целесообразных решений

В. имидж человека/организации можно изменять с помощью разных приемов, методов

6. Какой этап становления рынка услуг по связям с общественностью характеризуется применением в российской практике западных ПР-технологий?

А. 1991-1995

Б. 1998-2001

В. 2004-2008

Г. 2009-2011

7. Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики?

А. коммуникативная

Б. организационно-технологическая

В. консультативно-методическая

Г. аналитико-прогностическая

8. Какой из принципов был провозглашен С. Блэком?

А. необходимость создания такой организации, которая смогла бы возглавить компанию и объединить людей

Б. постоянное и непрерывное воздействие на общественное мнение по любым каналам

В. опора на объективные закономерности массового сознания, отказ от манипулятивных попыток выдавать желаемое за действительное

9. Какие из приведенных формулировок являются принципами, провозглашенными С. Адамсом, согласно которым должны строиться связи с общественностью?

А. только открытые и честные взаимоотношения могут способствовать успеху фирмы на рынке

Б. "опережение оппонента в интерпретации событий и своевременная организация действий, оказывающих эмоциональное влияние на публику"

В. постоянное и непрерывное воздействие на общественное мнение по любым каналам

10. Как соотносятся понятия «маркетинг» и связи с общественностью?

- А.** идентичны
- Б.** очень близки по содержанию и методам, но имеют свою специфику
- В.** не имеют точек соприкосновения

11. Национальная российская премия в области развития связей с общественностью называется

- А.** «RuPoR»
- Б.** «Золотой Соболь»
- В.** «Хрустальный Апельсин»
- Г.** «Серебряный Лучник»

12. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) была создана в

- А.** 1991 году
- Б.** 1995 году
- В.** 1999 году
- Г.** 2001 году

13. В каком году было создано Управление по связям с общественностью при Президенте РФ?

- А.** 1995
- Б.** 1996
- В.** 1997
- Г.** 1999

14. Происхождение термина «общественное мнение» связано...

- А.** с появлением информационных бюллетеней
- Б.** с призывом князя на престол для объявления мира или войны
- В.** с обсуждением разных вопросов жизни государства на городских площадях

15. Кто в начале XX века впервые полно исследовал социальную значимость общественного мнения?

- А.** У. Липпман
- Б.** Л. Джордж
- В.** Ю. Хабермас

16. Задачей коммуникативного аудита является...

- А. выявить установки и мнения людей
- Б. осмысление согласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами населения
- Г. методы, не требующие вмешательства в работу объектов исследования

17. Общественность – это...

- А. группа людей, сложившаяся под влиянием определенных обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующих на нее одинаковым образом
- Б. многочисленная группа потребителей, СМИ, участники политических партий, движений
- В. сотрудники предприятия, объединенные служебными отношениями, подчиняющиеся служебной дисциплине
- Г. «любые группы, которые проявляют реальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей»

18. Событие, которое заслуживает внимания с точки зрения журналистов

- А. событие
- Б. пресс-клиппинг
- В. информационный повод

19. Креативное направление в работе отдела рекламы и связей с общественностью предполагает...

- А. проведение мониторинга
- Б. проведение событийных мероприятий
- В. создание информационных поводов

20. Пресс-конференция – это...

- А. инструктаж
- Б. встреча представителя организации с журналистами
- В. процесс обсуждения проблемы

21. Как называется мероприятие ПР, в рамках которого все желающие могут ознакомиться с деятельностью организации?

- А. открытые торги
- Б. презентация
- В. день открытых дверей
- Г. пресс-тур

22. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?

- А.** новости
- Б.** аналитические материалы
- В.** отчеты о деятельности организации
- Г.** коммерческую информацию

23. Лоббирование – это...

- А.** процесс влияния коллектива на представителей профсоюза своей организации с целью получения отчета о потраченных руководством средствах
- Б.** процесс влияния заинтересованных лиц на поставщиков с целью снижения оптовых цен
- В.** процесс влияния заинтересованных лиц, групп на принятие решения властными структурами

24. Чем, как правило, занят спиндоктор?

- А.** созданием благоприятного имиджа
- Б.** написанием политических речей
- В.** +исправлением освещения события

25. Способы формирования имиджа организации:

- А.** имидж организации – это стихийное явление
- Б.** +имидж организации формируется через опыт общения с ней
- В.** имидж всегда создается целенаправленно

26. Понятие целевой аудитории в СО:

- А.** целевые аудитории выделяются произвольно, по вкусу специалистов и руководителей
- Б.** целевая аудитория может быть только одна
- В.** +целевые аудитории выделяются на основе технологии для каждой ПР-программы

27. Принципы взаимодействия с внешней средой в СО:

- А.** главный принцип – полнота направляемой информации
- Б.** +главный принцип – обеспечение обратной связи
- В.** главный принцип – регулярность информирования

28. Эффективность планирования ПР-деятельности...

- А.** определяется количеством мероприятий со СМИ

Б. +зависит от грамотной формулировки цели и предполагаемых форм контроля

В. трудно измеряема, как и вся деятельность в СО

29. Фандрайзинговая деятельность - это

А. изучение мотивов и потребностей целевой аудитории

Б. организация и проведение разнообразных ПР-мероприятий

В. установление регулярных контактов со СМИ

Г. +сбор средств на решение социально значимой проблемы

30. Что такое пресс-тур?

А. туристическая поездка журналистов

Б. +организованный выезд журналистов в регион с целью ознакомления их с работой организации или местных органов власти

В. ряд последовательно проведенных пресс-конференций

Г. пресс-конференция в дипломатическом представительстве

31. Кого можно считать основоположником такого направления ПР, как ПР в условиях кризиса?

А. Сэм Блэк

Б. +Айви Ли

В. Эдвард Бернайз

Г. Люсьен Матра

32. Этические требования к специалисту по СО в России...

А. определяются работодателем и заказчиком

Б. не сформулированы

В. +этические основы профессии СО изложены в документах РАСО

33. Байлайнер как вид ПР-документа, по классификации

А.Д.Кривоносова...

А. является смежными ПР-текстом

Б. относится к образно-новостным жанрам

В. +является простым первичным текстом

34. Пресс-релиз как вид письменной коммуникации в СО...

А. +сообщение для прессы

Б. может быть подписан журналистом

В. направляется в любые организации

35. Работа с персоналом в СО...

- А.** работа с персоналом не входит в функции ПР
- Б.** +внутрифирменные ПР и работа с персоналом – важный элемент в формировании корпоративной культуры
- В.** работа с персоналом как выделенное направление пока не пришла в российский бизнес

36. Характеристиками какой модели PR (по Дж. Грюнику) являются следующие признаки: цель ПР-деятельности – взаимная польза организации (фирмы) и общественности; функции ПР-специалистов смещаются от журналистских, пропагандистских к исследовательским, коммуникативным, менеджерским; базисный ПР-субъект осознает необходимость взаимопонимания с общественностью, готов идти на изменения своей деятельности во взаимовыгодных целях; широко практикуются интерактивные формы работы, переговоры, технологии предупреждения конфликтов с общественностью; потребитель выступает в роли «партнера», он причастен к развитию организации

- А.** журналистской
- Б.** двусторонней асимметричной
- В.** манипулятивной (пропагандистской)
- Г.** +двусторонней симметричной

37. Газеты и журналы, выполняющие задачу донесения до широкой общественности без искажений позиции и мнения компании, сообщающие о достижениях и планах кампании - это...

- А.** государственные СМИ
- Б.** +корпоративные СМИ
- В.** частные СМИ
- Г.** общественно-политические СМИ

38. МедиаPR-тексты - это тексты, распространяемые ...

- А.** методом прямой почтовой рассылки
- Б.** в ходе личных встреч
- В.** +через СМИ

39. Что не относится к факторам, влияющим на формирование позитивного имиджа организации

- А.** фирменный стиль

- Б. финансовое положение организации
- В. личность руководителя
- Г. социальная ответственность перед обществом
- Д. +количество упоминаний организации в СМИ

40. Документ, описывающий правила ведения дел и взаимоотношений в организации, - это ...

- А. трудовой договор
- Б. +корпоративный кодекс
- В. должностные инструкции

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Г	В	А	Г	А	А	Г	В	Б	Б	Г	А	Б	В	А	Б	А	В	В	Б

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
В	А	В	В	Б	В	Б	Б	Г	Б	Б	В	В	А	Б	Г	Б	В	Д	Б

6 семестр

1. Форма отношений государственных и коммерческих структур со СМИ с целью поддержания имиджа и репутации организации или первого лица называется

- А.** фандрайзинг
- Б.** копирайтинг
- В.** медиарилейшнз
- Г.** лоббирование

2. Устные коммуникации в СО - это:

- А.** комплекс публичных коммуникаций в рамках ПР-программы
- Б.** коммуникации по ТВ и радио
- В.** специально подготовленные коммуникации для презентации или спец-мероприятий

3. В каких ситуациях для получения большего эффекта правильной будет применить паблисити?

- А.** юбилей компании
- Б.** представление нового продукта
- В.** финансовая стабильность

4. Знание особенностей «теории общения» применительно к ПР позволяет:

- А.** наладить взаимоотношения с партнерами
- Б.** сформировать положительный микроклимат в коллективе
- В.** установить эффективные связи со СМИ

5. Какие первостепенные задачи, которые призвана решить организация в сложной ситуации с помощью специалистов ПР?

- А.** завуалировать свои действия от партнеров
- Б.** ужесточить контроль во избежание утечки конфиденциальной информации
- В.** знать общественное мнение по поводу предлагаемых решений и осуществляемых действий

6. По каким из показателей оценивается работа службы ПР?

- А.** увеличение числа позитивных материалов в СМИ и привлечение инвесторов

Б. развитие активных связей со СМИ, общественными кругами и властными структурами

В. расширение круга деловых контактов с целевой и собственной аудиторией

7. Мероприятия, проводимые коммерческой организацией в рамках своих программ, участие в выставках, ярмарках, в шествиях, пикетах и др., это

А. "чужой" информационный повод

Б. "свой" информационный повод

В. желаемый информационный повод

8. Информационные поводы, выгодные для компании, способные поднять её репутацию в глазах общественности - это

А. "свои" информационные поводы

Б. "желаемые" информационные поводы

В. "обязательные" информационные поводы

9. Социальные функции СО

А. СО гармонизируют отношения в обществе

Б. СО не имеют социальных функций

В. СО - чисто политическое явление

10. Каковы основные задачи коммерческих ПР?

А. продвижение товаров и услуг в условиях жесткой конкуренции

Б. оказание давления на принятие решений властными структурами в интересах корпорации или организации

В. целенаправленный систематический поиск средств для осуществления тех или иных проектов

11. Что не относится к функциям ПР-отдела в бизнесе?

А. взаимодействие с органами власти

Б. определение ПР-политики организации (фирмы)

В. фандрайзинговая деятельность

политика спонсорства и благотворительности

12. Создание привлекательного образа товара определенной марки - это

А. копирайтинг

Б. имиджмейкинг

В. брендинг

медиарилейшнз

13. Средства PR помогают подтолкнуть аудиторию к совершению действий по схеме

- А.** действие – покупка - эмоции
- Б.** заинтересованность-действие-покупка
- В.** эмоции - действие - покупка

14. В чем состоит задача PR-служб в государственных структурах?

- А.** в разработке PR-стратегии для государственного органа и анализе ее выполнения
- Б.** в сборе информации
- В.** в оперативной информации журналистов
- Г.** в проведении социологических исследований среди населения

15. Слоган как вид PR-документа, по классификации А.Д.Кривоносова это

- А.** простой первичный PR-текст
- Б.** смежный PR-текст
- В.** рекламный текст, не является PR-текстом

16. Процесс планирования, исполнения и оценки программ, способствующих росту продаж и удовлетворению потребителей, через передачу достоверной информации и создание благоприятного имиджа компании - это

- А.** личные продажи
- Б.** стимулирование сбыта
- В.** маркетинговый PR

17. Форма продвижения интересов организации через поддержку социально значимых инициатив - это ...

- А.** фандрайзинг
- Б.** спонсоринг
- В.** общественная деятельность

18. Символическая часть (деталь, особенность) умело построенного имиджа, внедренная в массовое сознание и обеспечивающая узнаваемость имидженосителя - это...

- А.** имиджевая метка

- Б. гудвилл
- В. бэграундер

19. Подбор публикаций в печатных СМИ и в Интернете за указанный период времени, в которых упоминается определенная организация или персона - это...

- А. мониторинг
- Б. медиакарта
- В. пресс-клиппинг

20. Информационный материал о благоприятном опыте компании и указание на его социальную ответственность - это...

- А. пресс-ревью
- Б. байлайнер
- В. бэграундер
- Г. кейс-стори

21. Каковы задачи связей с общественностью в избирательной кампании?

- А. сбор информации в ходе кампании
- Б. дискредитация противников кандидата
- В. помощь кандидату с целью мобилизации поддержки населения

22. Термин, обычно используемый в контексте бизнеса и применяемый к широкому диапазону действий для создания и повышения эффективности работы команды

- А. тимбилдинг
- Б. адаптационные тренинги
- В. семинар

23. Главная миссия института связей с общественностью в органах государственной власти заключается в

- А. непосредственной реализации принципов демократического управления – в деятельности органа власти в условиях гласности, прозрачности, открытости
- Б. манипулировании общественным мнением
- В. пропаганде ценностей демократического государства

24. Специфичность государственных структур, равно как и их служб по связям с общественностью, заключается в том, что...

- А.** призваны манипулировать общественным мнением
- Б.** они призваны отражать интересы страны в целом, всех граждан или значительной их части, создавая, по крайней мере, в общественном мнении тождество интересов власти и общества
- В.** пропагандировать ценности демократического государства

25. основополагающие цели связей с общественностью в органах власти направлены на...

- А.** +обеспечение гласности, открытости, прозрачности и доступности в работе государственного аппарата и обеспечение эффективной обратной связи с гражданами и их объединениями
- Б.** пропаганду ценностей демократического государства
- В.** манипулирование общественным мнением

26. Миссия связей с общественностью в госструктурах понимается как ...

- А.** обеспечение гласности, открытости, прозрачности и доступности в работе государственного аппарата и обеспечение эффективной обратной связи с гражданами и их объединениями
- Б.** организация телерадиовещания
- В.** пропаганда ценностей демократического государства
- Г.** +популяризация существующего государственного управления и отстаивание государственных интересов на уровне своей компетенции посредством собственной деятельности в конкретном органе (учреждении) государственной власти

27. Вопросы имиджа конкретной государственной структуры по сравнению с коммерческой структурой ...

- А.** равнозначны
- Б.** +не так важны
- В.** более важны

28. Государственные структуры в плане своей работы с общественностью в основном сфокусированы на реализации

- А.** +информационной политики

- Б. имиджевой политики
- В. агитации

29. Какое из нижеперечисленных определений не является определением избирательной (предвыборной) кампании?

- А. скоординированные, целенаправленные, осуществляемые в течение определенного законодательством времени публичные усилия с целью мобилизации поддержки кандидата избирателями и обеспечения его победы в день выборов
- Б. урегулированная нормами избирательного права деятельность различных субъектов по подготовке и проведению выборов
- В. особый вид политического управления
- Г. определенный законом период, в течение которого политические силы и государственные органы, отвечающие за проведение выборов, проводят их непосредственную идеологическую и организационную подготовку

30. Определите правильную последовательность этапов формирования стратегии избирательной кампании

- А. сбор информации об избирателях округа и конкурентах - оценка конфигурации (расстановки сил) избирательной кампании - определение основной (ключевой) идеи собственной избирательной кампании; определение адресной группы (части избирателей, к которой будет обращена агитация) - формулировка основной и вспомогательных тем кампании - определение собственных действий по отношению к конкурентам
- Б. формулировка основной и вспомогательных тем кампании - сбор информации об избирателях округа и конкурентах - оценка конфигурации (расстановки сил) избирательной кампании - определение основной (ключевой) идеи собственной избирательной кампании; определение адресной группы (части избирателей, к которой будет обращена ваша агитация) - определение собственных действий по отношению к конкурентам
- В. формулировка основной и вспомогательных тем кампании - оценка конфигурации (расстановки сил) избирательной кампании - определение основной (ключевой) идеи собственной избирательной кампании; определение адресной группы (части избирателей, к которой будет обращена ваша агитация) - определение собственных действий

по отношению к конкурентам - сбор информации об избирателях
округа и конкурентах

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
В	А	Б	Б	В	Б	Б	Б	А	А	В	В	В	А	Б	В	Б	А	В	Г

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
В	А	А	Б	А	Г	Б	А	Г	А

7 семестр

1. Цель PR – кампании...

- А.** "ликвидация конфликтов, недоразумений, борьба с нежелательными слухами относительно организации и ее деятельности
- Б.** создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение потребителей
- В.** расширение целевой аудитории организации

2. Что не относится к стратегической PR-кампании?

- А.** кампания по продвижение транснациональных корпораций
- Б.** национальная программа США борьбы с курением
- В.** национальные кампании по предотвращению рака

3. PR-кампания, опирающаяся на отношение между организацией и целевой общественностью субъект-объектного типа, исключаящее обратную связь и влияние целевой общественности на организацию

- А.** двусторонняя PR-кампания
- Б.** асимметричная PR-кампания
- В.** симметричная PR-кампания
- Г.** односторонняя PR-кампания

4. Конструктивная PR- кампания...

- А.** направлена на позиционирование базисного субъекта PR
- Б.** нацелена на прирост публичного капитала организации, на созидание и укрепление ее отношений с целевой общественностью; такие кампании проводятся для своей организации, для организаций-партнеров и потенциальных союзников
- В.** направлена на снижение имиджа организации, на разрушение ее репутации в глазах целевой общественности; проводятся в отношении организаций-конкурентов

5. Исключите лишнее. Этапы подготовки и проведения PR-кампаний

- А.** аналитический
- Б.** этап планирования
- В.** этап реализации (акции и коммуникация)
- Г.** этап оценки эффективности
- Д.** этап мониторинга

6. Исключите лишнее. Основные виды PR-мероприятий...

- А.** мероприятия для СМИ
- Б.** презентация продуктов или услуг
- В.** официальные приемы
- Г.** сэмплинг
- Д.** выставки, экспозиции

7. Комплекс мер, выполняемых с помощью инструментария PR, позволяющих подготовить целевую аудиторию, изначально настроенную нейтрально или даже негативно, для принятия положительного решения в пользу определенного продукта, проекта или компании

- А.** PR-кампания
- Б.** PR-акция
- В.** брендинг

8. Организационно-технологическая функция СО заключается в ...

- А.** выработке информационной политики, стратегии и тактики
- Б.** тиражировании информации при выполнении информационно-разъяснительной и пропагандистско-рекламной работы
- В.** проведении и организации активных PR-акций, кампаний, различного уровня деловых встреч, выставок, конференций

9. Базисный PR-субъект - это

- А.** PR-агентство, оказывающее услуги по продвижению организаций
- Б.** организация (или физическое лицо), в чью пользу (по чьему заказу) осуществляется управление общественными отношениями
- В.** целевые аудитории, на которые направлены определенные PR-усилия компании

10. Исключите лишнее. Для функционерского подхода к PR-деятельности характерно

- А.** двусторонний, симметричный характер коммуникации
- Б.** стремление установить контроль над внешними силами
- В.** техническая, исполнительская, зависимая роль PR-службы в организации

11. Оперативный уровень PR-деятельности не предполагает

- А.** проведение локальной кампании в СМИ

- Б. организацию работы пресс-центра
- В. организацию и проведение мероприятий для прессы
- информационное обеспечение деятельности компании

12. "Своя общественность" - это

- А. лояльные к данной организации СМИ
- Б. сотрудники данной организации
- В. определенные группы, являющиеся частями (сегментами) внешней среды организации

13. Что не относится к технологическим субъектам ПР?

- А. неинституциональные (индивидуальные пиармены, группы пиарменов, не являющиеся юридическим лицом)
- Б. квазиинституциональные (специализированные PR-подразделения государственных и негосударственных институтов, предприятий, организаций, коммерческих фирм, не являющихся самостоятельными юридическими лицами, но функционирующие в качестве структурных элементов юридических лиц)
- В. институциональные (самостоятельные PR-агентства, центры политического консалтинга, агентства коммуникационного менеджмента и т. д., являющиеся юридическими лицами)
- Г. социальные институты

14. В какие дни недели не рекомендуется проводить пресс-конференции?

- А. среда, вторник
- Б. вторник, четверг
- В. понедельник, пятница
- Г. четверг, пятница

15. Основанием для начала PR-деятельности, задающими исходные параметры PR-деятельности являются...

- А. общественность
- Б. целевые аудитории
- В. социальные институты
- Г. базисные субъекты

16. Принцип планирования PR-деятельность RACE предполагает следующую последовательность действий

- А. коммуникации-исследования-действие-оценка

- Б. действие-коммуникации-исследования-оценка
- В. исследования-действие-коммуникации-оценка

17. Совокупность фирм, компаний, агентств, групп, производящих и реализующих многообразные услуги в области управленческого консультирования, маркетинга, экономического консалтинга, социальной психологии, антикризисного управления - это...

- А. рынок PR-услуг
- Б. базисные PR-субъекты
- А. целевые аудитории

18. Систематические попытки компании оказать влияние на действия и меры властей с целью достижения компанией определенных целей или защиты некоторых интересов называется...

- А. Антикризисный PR
- Б. Медиарилейшнз
- В. Government Relations
- Г. Корпоративный PR

19. Исключите лишнее. Подготовка программы по GR обычно включает ...

- А. идентификация проблем
- Б. урегулирование приоритетов
- В. идентификация высших чиновников
- Г. Урегулирование стратегии повесток дня
- Д. рассылку пресс-релизов в СМИ

20. Специальная технология коммуникационного менеджмента, направленная на сохранение публичного капитала организации или личности, который разрушается вследствие кризиса, это...

- А. фандрайзинг
- Б. антикризисный PR
- В. спонсоринг

21. Специализированная деятельность субъектов политики, направленная на эффективное управление их публичной коммуникацией и повышение политической конкурентоспособности за счет привлечения общественной поддержки - это...

- А. Government Relations

- Б. лобирование
- В. избирательная кампания
- Г. политический PR

22. Использование в рамках единой коммуникативной стратегии всей системы коммуникативных методик сразу, глубокое понимание клиента, его потребностей и осознание социальной ответственности перед ним – это..."

- А. исследования в фокус-группах
- Б. комплекс мероприятий PR
- В. интегрированные маркетинговые коммуникации

23. Термин, обычно используемый в контексте бизнеса и применяемый к широкому диапазону действий для создания и повышения эффективности работы команды

- А. тимбилдинг
- Б. адаптационные тренинги
- В. семинар

24. Стратегический документ, который является «планом действий» на случай возникновения различных кризисных ситуаций...

- А. план выхода из кризиса
- Б. антикризисная программа
- В. корпоративный кодекс

25. Самый лучший способ для компании сохранить доверие к себе во время кризисной ситуации...

- А. скрывать правду
- Б. предоставлять общественности "оптимизированную" информацию
- В. говорить правду

26. Долгосрочный план деятельности отдела рекламы и связей с общественностью ...

- А. охватывает текущий и следующий годы, также возможно его составление на 2-3 года вперед
- Б. охватывает период от полугода до одного года
- В. охватывает ближайшие события (в пределах следующего месяца)

27. Среднесрочный план деятельности отдела рекламы и связей с общественностью ...

- А. охватывает ближайшие события (в пределах следующего месяца)
- Б. охватывает период от полугода до одного года
- В. охватывает текущий и следующий годы, также возможно его составление на 2-3 года вперед

28. Краткосрочный план деятельности отдела рекламы и связей с общественностью ...

- А. охватывает текущий и следующий годы, также возможно его составление на 2-3 года вперед
- Б. охватывает ближайшие события (в пределах следующего месяца)
- В. охватывает период от полугода до одного года
- Г.

29. Регулирование работы со СМИ в соответствии с определенными принципами маркетинговой деятельности

- А. медиапланирование
- Б. медиааналитика
- В. мониторинг

30. Исключите лишнее. По степени точности медиапланирование может быть

- А. укрупненным
- Б. ускоренным
- В. уточненным

31. Исключите лишнее. В итоговом виде медиаплан должен содержать следующие компоненты

- А. определение целей
- Б. определение целевых рынков
- В. программа работы с различными СМИ, определение их соотношения
- Г. географию распространения ключевых СМИ
- Д. общие заключения по работе

32. Форма оценки результативности PR-кампании, когда она оценивается с точки зрения выполнения всех запланированных мероприятий, акций, коммуникаций...

- А. система «от достигнутого»
- Б. система «цель – конечный результат»
- В. система «план-факт»

33. Форма оценки результативности PR-кампании, который применяется при достаточно регулярных акциях одного типа (например, ежегодный «День открытых дверей» или годовое собрание акционеров), позволяет сравнить планируемые показатели сходных мероприятий, выделить достижения или их отсутствие (естественно, учитывается и бюджет каждого из сравниваемых мероприятий)

- А.** система «от достигнутого»
- Б.** система «план-факт»
- В.** система «цель – конечный результат»

34. Форма оценки эффективности PR-кампании как реализации поставленной цели, естественно, с учетом временных и финансовых соответствий плану.

- А.** система «от достигнутого»
- Б.** система «цель – конечный результат»
- В.** система «план-факт»

35. Отработка деталей, составляющих общего стратегического плана PR-кампании, развитие ключевых идей (факторов) этана планирования стратегии - это...

- А.** стратегическое планирование
- Б.** прогнозирование
- В.** тактическое планирование

36. К видам тактического планирования PR-кампании не относится...

- А.** календарное планирование
- Б.** планы по работе с основными группами общественности
- В.** медиапланирование
- Г.** прогнозирование

37. Долгосрочные PR-кампании длятся

- А.** от 3 месяцев до 1 года
- Б.** от 6 месяцев до 1 года
- В.** от 9 месяцев до 1 года
- Г.** более 1 года

38. Исключите лишнее. В зависимости от масштаба PR-кампании делятся на...

- А.** локальные
- Б.** региональные
- В.** межрегиональные
- Г.** глобальные
- Д.** местные

39.Исключите лишнее. По критерию предметной направленности выделяются PR-кампании, реализуемые в ...

- А. международной сфере
- Б. политической сфере
- В. социальной сфере
- Г. экономической сфере

40. Креативное направление в работе отдела рекламы и связей с общественность предполагает...

- А. проведение событийных мероприятий
- Б. создание информационных поводов
- В. проведение мониторинга

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Б	А	Г	Б	Д	Г	А	В	Б	А	Б	В	Г	В	Г	В	А	В	Д	Б

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
Г	В	А	Б	В	А	Б	Б	А	Б	Г	В	А	Б	В	Г	А	Д	А	Б

**Оценочные материалы для проведения текущей аттестации
по дисциплине: «Физическая культура и спорт»**

Раздел I. Теоретический часть.

Тема № 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Цель и задачи физической культуры. Основные понятия и термины, Виды физической культуры. Социальная роль физической культуры и спорта. Физическая культура студента.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Историю развития физической культуры и спорта в России.
- 2) Определение уровня сформированности физкультурной деятельности студентов.
- 3) Организация физического воспитания в высшем учебном заведении.
- 4) Техника безопасности.

Тема № 2. Социально-биологические основы физической культуры. Организм как единая саморегулирующаяся система. Основные системы организма. Функциональные изменения в организме при физических нагрузках.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Возрастно-половые особенностей развития основных физических качеств и двигательных навыков занимающихся.
- 2) Воздействие природных и социально-экологических факторов на организм и жизнедеятельность человека.
- 3) Средства физической культуры и спорта в управлении совершенствованием функциональных возможностей организма в целях обеспечения умственной и физической деятельности.
- 4) Физиологические механизмы и закономерности совершенствования отдельных систем организма под воздействием направленной физической тренировки.

Тема № 3. Основы здорового образа жизни студентов. Здоровье человека как ценность, компоненты здоровья. Факторы, определяющие здоровье. Здоровый образ жизни, его составляющие. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек.

- 2) Здоровье человека как ценность и факторы, его определяющие. Здоровый образ жизни и его составляющие.
- 3) Основные требования к организации здорового образа жизни. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни.
- 4) Критерии эффективности здорового образа жизни.

Тема № 4. Психофизиологические основы учебной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности. Психофизиологические характеристики интеллектуальной деятельности. Работоспособность и влияние на нее различных факторов. Средства физической культуры в обеспечении работоспособности студента.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Социальную роль физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности.
- 2) Психофизиологическая характеристика интеллектуальной деятельности и учебного труда студента.
- 3) Основные причины изменения психофизического состояния студентов в период экзаменационной сессии, критерии нервно-эмоционального и психофизического утомления.

Тема № 5. Педагогические основы физического воспитания. Методические принципы физической культуры. Средства и методы физической культуры. Основы обучения движениям. Развитие физических качеств.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Принципы здорового образа жизни с помощью занятий физической культурой.
- 2) Динамика работоспособности студентов в учебном году и факторы, ее определяющие.
- 3) Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления студентов, повышения эффективности учебного труда.

Тема № 6. Основы общей и специальной физической подготовки. Спортивная подготовка. Понятия общей и специальной физической подготовки. Спортивная подготовка. Организация и структура отдельного тренировочного занятия. Физические нагрузки и их дозирование.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Общая и специальная физическая подготовка.
- 2) Основы развития физических качеств.

- 3) Зоны и интенсивность физических нагрузок.
- 4) Значение мышечной релаксации.
- 5) Структура и направленность учебно-тренировочного занятия.
- 6) Правила составления профессиограммы для будущей профессиональной деятельности.

Тема № 7. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Мотивация и целенаправленность самостоятельных занятий. Формы самостоятельных занятий. Выбор видов спорта или систем физических упражнений. Особенности самостоятельных занятий избранным видом спорта. Особенности самостоятельных занятий для женщин.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Роль физической культуры в научной организации труда. Особенности профессионально-прикладной физической подготовки специалиста.
- 2) Формы занятий физическими упражнениями.
- 3) Учебно-тренировочное занятие как основная форма обучения физическим упражнениям.
- 4) Структура и направленность учебно-тренировочного занятия.
- 5) Формы и содержание самостоятельных занятий.
- 6) Организация самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности.
- 7) Планирование и управление самостоятельными занятиями.
- 8) Границы интенсивности нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста.
- 9) Взаимосвязь между интенсивностью нагрузок и уровнем физической подготовленности.
- 10) Гигиена самостоятельных занятий.

Тема № 8. Самоконтроль занимающихся физической культурой и спортом. Виды контроля при занятиях физической культурой и спортом. Самоконтроль. Методика самоконтроля за физическим развитием, функциональным состоянием организма, физической подготовленностью.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Основы техники безопасности и профилактики травматизма и заболеваний у занимающихся физической культурой и спортом.
- 2) Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.
- 3) Самоконтроль, его основные методы, показатели и дневник самоконтроля.
- 4) Использование методов стандартов, антропометрических индексов, номограмм функциональных проб, упражнений-тестов для оценки физического развития, телосложения, функционального состояния организма, физической подготовленности.

Тема № 9. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Понятие «спорт». Массовый спорт. Спорт высших достижений. Студенческий спорт. Студенческие спортивные соревнования.

Задания и вопросы для обсуждения:

- 1) Санитарно-гигиенические основы деятельности в сфере физической культуры и спорта.
- 2) Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи. Спортивная классификация.
- 3) Студенческий спорт. Система студенческих спортивных соревнований.
- 4) Общественные студенческие спортивные организации. Олимпийские игры и Универсиады.
- 5) Современные популярные системы физических упражнений.
- 6) Определение цели и задач спортивной подготовки (или занятий системой физических упражнений) в условиях вуза.
- 7) Возможные формы организации тренировки в вузе.
- 8) Спортивная классификация и правила спортивных соревнований в избранном виде спорта.

Раздел II. Практическая часть

Типовые практические задания по дисциплине:
«Физическая культура и спорт»

Тест	Норматив для юношей	Норматив для девушек
Бег 100 м.	12,0 сек.	14,0 сек.
Бег 2000 м.	9 мин.	12 мин.
Бег 3000 м.	13 мин.	Без учета времени.
Сгибание и разгибание рук в упоре лежа.	35 раз.	18 раз.
Поднимание и опускание туловища (пресс) за 1 мин.	40 раз.	30 раз.
Подтягивания.	15 раз.	-
Подтягивания с нижней перекладины.	-	15 раз.
Прыжки на скакалке за 1 мин.	100 раз.	120 раз.
Приседания на одной ноге («пистолет»).	12 раз.	9 раз.
Приседания на двух ногах за 1 мин.	55 раз.	50 раз.
Поднимание прямых ног за голову лежа на спине.	15 раз.	10 раз

**Оценочные материалы
для проведения текущей аттестации по дисциплине
Философия**

Раздел 1. История философии: мыслители и школы

Тема 1. Место и роль философии в культуре

Вопросы для обсуждения.

1. Понятие мировоззрения. Миф, религия, жизненная мудрость.
2. Специфика философского мировоззрения. Философия как любовь к мудрости, особая форма познания мира, как образ мысли и стиль жизни.
3. Философия как самосознание культуры, как рефлексия и саморефлексия.
4. Основные области философского знания: онтология, гносеология, философская антропология, социальная философия.
5. Философские категории как объяснительные принципы. Категории и символы. Функции философского знания.

Проблемные вопросы для интерактивной лекции:

Нужна ли философия современному человеку?

Зачем изучают философию в вузе? В чем смысл философского вопрошания, если окончательный ответ на любой философский вопрос принципиально невозможен?

Тема 2. Становление философии

Вопросы для обсуждения.

1. Культурно-исторические предпосылки возникновения философии. Мифогенная и гносеогенная доктрины формирования философии.
2. Человек в культуре Древнего Востока. Философская мысль в Индии и Китае VI—V вв. до н. э.
3. Ранняя греческая философия. Космологизм, поиск «первооснов». Рождение термина философия, его смысл.

Проблемный вопрос для интерактивной лекции:

Почему философия как самостоятельная форма культуры возникает именно в Древней Греции?

Тема 3. Античная философия

Вопросы для обсуждения.

1. Происхождение и специфика античной философии.
2. Первые философские школы. Милетская школа. Космологические гипотезы. Гераклит. Учение о развитии мира. Пифагорейский союз. Учение о числе. Зарождение математики как науки. Элеаты. Учение о

- бытии Парменида. Роль апорий Зенона в познании. Эмпедокл. Анаксагор. Учение Демокрита об атомах.
3. Философия Сократа. Сократические школы.
 4. Платон. Учение об идеях. Проект идеального государства. Сущность человека.
 5. Аристотель. Метафизика. Классификация наук. Логика. Социальная философия. Этика.
 6. Основные школы эллинизма. Эпикуреизм. Стоицизм. Скептицизм. Неоплатонизм.

Проблемные вопросы для интерактивных практических занятий:

Насколько актуальна проблема «первоначала» в построении современной картины мира?

Почему Сократ после несправедливого смертного приговора афинского суда отказался бежать из тюрьмы?

Как проект идеального государства Платона помогает вскрывать недостатки реального общества?

Насколько эффективна классификация форм правления Аристотеля применительно к современным государствам?

Почему в Древнем Риме к стоицизму примыкали столь различные по социальному положению люди: бывший раб Эпиктет и император Марк Аврелий?

Почему вопросы, поставленные философами древности, а также сами поиски ответов на них, представленные в идеях и концепциях античных мыслителей, являются актуальными и в наши дни?

Тема 4. Философская мысль Средних веков и Возрождения

Вопросы для обсуждения.

1. Формирование предпосылок средневековой философии. Теоцентризм. Радикальное изменение системы ценностей. Учение А. Августина.
2. «Сумма теологии» Ф. Аквинского – свод религиозно-философских идей средневековья.
3. Гуманизм и пантеизм в философии Возрождения. Борьба против схоластики и догматизма мышления.
4. Социальная и политическая философия Возрождения. Реформация и возникновение протестантизма.

Проблемные вопросы для интерактивного практического занятия:

В чем отличие принципа гуманизма как человеколюбия, провозглашенного философами Возрождения, от христианской заповеди любви к ближнему?

Как принцип гуманизма повлиял на содержание социальных утопий и движение Реформации?

Тема 5. Философия Нового времени

Вопросы для обсуждения.

1. Эмпиризм и рационализм как основные теоретико-познавательные стратегии философии Нового времени.
2. Учение о субстанции (дуализм Декарта, монизм Спинозы, плюрализм Лейбница).
3. Разум и свобода. Учение о происхождении государства, теории естественного права, либеральные идеи в философии Нового времени.
4. Общие характеристики философии европейского Просвещения. Условия возникновения. Социальное значение. Роль разума в познании и преобразовании мира. Общественный прогресс.

Проблемные вопросы для интерактивной лекции:

Почему считается, что в идеях философии Нового времени рождается образ современного мира?

Как идеи философии Нового времени повлияли на становление классической науки и современные теории государства и права?

Тема 6. Немецкая классическая философия

Вопросы для обсуждения.

1. И. Кант. «Докритический» и «критический» периоды творчества. Теория познания. Этика. Социально-политические взгляды.
2. Г.В.Ф. Гегель. Панлогизм. Метод и система. Феноменология духа, философия истории, философия права.
3. Л. Фейербах. Антропологический материализм.
4. И. Г. Фихте. Наукоучение. Учение о морали, праве, государстве.
5. Ф. В. Й. Шеллинг. Трансцендентальный идеализм. Философия тождества. Философия свободы.

Проблемные вопросы для интерактивной лекции:

Почему считается, что в учениях немецких философов XVIII – первой половины XIX вв. классическая философия достигает наивысшего расцвета и приходит к своему завершению?

В чем непреходящая ценность идей немецкой классической философии?

Проблемные вопросы для интерактивных практических занятий:

В чем состоял «коперниканский переворот», совершенный И. Кантом в философии?

Согласны ли Вы с утверждением И. Канта, что человек является свободным, если он способен добровольно исполнять свой долг? Обоснуйте ответ.

Что означает выражение, вытекающее из категорического императива И. Канта: «Человек есть цель, а не средство»?

Как вы понимаете положение Гегеля: «все действительное разумно и все разумное действительно»?

Прокомментируйте цитату-эпитафию на памятнике Л. Фейербаху, установленному на его могиле «Человек создал Бога по своему образу и подобию».

Что означает утверждение Л. Фейербаха о том, что любовь к человеку есть признак его существования?

Тема 7. Постклассическая философия XIX века

Вопросы для обсуждения.

1. Концепция диалектики К. Маркса как метода познания общества как сложной развивающейся системы («Капитал»).
2. Философская антропология и социальная философия Маркса.
3. Иррационалистическая философия (А. Шопенгауэр, С. Кьеркегор, Ф. Ницше).

Проблемные вопросы для интерактивного практического занятия:

В чем состоит гуманистический пафос философии марксизма?

Что означает знаменитая фраза Ф. Ницше «Бог умер»?

Тема 8. Западная философия XX века

Вопросы для обсуждения.

1. Исторические и духовные предпосылки экзистенциализма. Критика рационализма. Основные работы М. Хайдеггера, К. Ясперса, Ж.-П. Сартра.
2. Позитивное мышление и позитивизм как философская установка.
3. Синтез европейских идей британского эмпиризма и утилитаризма, классического рационализма Просвещения в американском прагматизме. Идеи Ч. Пирса, У. Джемса, Д. Дьюи. Прагматический подход к проблемам логики, методологии науки, педагогики, политики.
4. Переосмысление предмета и метода философии в аналитической философии Б. Рассела, Дж. Мура и Л. Витгенштейна.

Проблемный вопрос для интерактивного практического занятия:

Почему философские установки позитивизма оказались столь влиятельными в современной культуре? В чем их ограниченность?

Как вы понимаете утверждения Ж.-П. Сартра: «В человеке существование предшествует сущности», «Человек обречен на свободу», «Человек – это будущее человека»?

Тема 9. Отечественная философия

Вопросы для обсуждения.

1. Истоки русской культуры. Русская философия XVIII в. Русские философы-просветители. А. Радищев. Идея общественного договора.

2. Опыт Запада и тема судеб России в славянофильстве, западничестве, евразийстве.
3. Русская философия всеединства. Религиозно-философская антропология и историософия В. Соловьева
4. Русский религиозно-философский ренессанс начала XX века, условия формирования и идейные источники.
5. Вклад русской мысли в мировую философскую культуру.

Проблемный вопрос для интерактивного практического занятия:

Существует две противоположные точки зрения на феномен русской философии, выраженные в словах Б.П. Вышеславцева и Г. Флоровского:

«... не существует никакой специально русской философии», и можно говорить лишь о «русском способе переживания и обсуждения» мировых философских проблем» (Б.П. Вышеславцев);

«И рождается именно русская философия, не только – философия в России. Ибо рождается или пробуждается русское философское сознание» (Г. Флоровский).

Какую точку зрения разделяете вы? Обоснуйте ответ.

Раздел 2. Философия: основные понятия и проблемы

Тема 10. Монистические и плюралистические концепции бытия

Вопросы для обсуждения.

1. Бытие как общее поле философских размышлений. Универсальные понятия (категории).
2. Материализм и идеализм – альтернативные способы миропонимания.
3. Философский монизм, дуализм, плюрализм.
4. Мифологические, религиозные, научные, философские «картины» мира.

Тема 11. Движение и развитие, диалектика

Вопросы для обсуждения.

1. Принципы диалектического миропонимания. Структурные связи. Часть и целое. Принцип целостности.
2. Упорядоченность бытия. Порядок и хаос. Самоорганизация бытия. Понятие системы.
3. Изменение, развитие, прогресс. Противоречие как философская проблема.
4. Ценность навыков диалектики. Диалектика и демократизм мышления.

Тема 12. Сущность и природа сознания

Вопросы для обсуждения.

1. Сознание как интегральный способ выражения отношения человека к миру, другому человеку, самому себе. Основные модели анализа сознания в истории философии и философии XX века. Сознание и самосознание.

2. Бессознательное как психический феномен. Энергетика и структура бессознательного по Фрейду. Эволюция представлений о бессознательном в неофрейдизме.
3. Сознание и язык. Естественные и искусственные языки, их соотношение. Проблема искусственного интеллекта.
4. Эмоционально-психический мир сознания, структура и функции эмоциональных состояний.

Тема 13. Знаки, символы, язык. Проблема познания.

Вопросы для обсуждения.

1. Знак, его природа, роль в получении, хранении, преобразовании и передаче информации. Функции языка. Знак и образ. Проблема «идолов языка».
2. Познание как культурно-исторический процесс. Субъект и объект познания. Виды и формы познания.
3. Специфика научного познания.
4. Учение об истине. Истина и заблуждение. Критерии истины.

Тема 14. Человек. Личность. Свобода и ответственность

Вопросы для обсуждения.

1. Человек как предмет философии. Концепции антропосоциогенеза. Биологическое и социальное в человеке. Тело и душа. Проблема здоровья.
2. Жизнь, смерть и бессмертие как философские темы. Проблема смысла жизни.
3. Сознание и самосознание, их роль в поведении и деятельности людей. Соотношение сознательного и бессознательного, рационального и иррационального в человеческой жизни.
4. Человек и общество. Конфликты. Роль насилия и ненасилия в истории и человеческом поведении.

Тема 15. Общество. Культура. Цивилизация.

Вопросы для обсуждения.

1. Общество как совместная деятельность людей. Субъект, объект, средства деятельности, ее цели, организация, последствия. Общественные отношения.
2. Соотношение общественного бытия и общественного сознания. Природа сознания, его связь с языком. Формы общественного сознания.
3. Общество как сложная система. Функциональные подсистемы общества.
4. Культура как объект философской рефлексии. Концепции культуры в философии.
5. Культура и цивилизации. Различные подходы к пониманию соотношения культуры и цивилизации.

6. Исторический характер общественной жизни. Гипотеза общественного прогресса.
7. Теория общественно-экономических формаций К. Маркса
8. Цивилизационная концепции общественного развития.
9. Понятие культуры, ее компоненты, динамика, исторический характер. Многообразие социального опыта и типы культур.
10. Историческое своеобразие русской культуры. Запад, Восток, Россия в диалоге культур.

Проблемные вопросы для интерактивной лекции:

Что делает совокупность людей человеческим обществом?

В чем основное отличие современного общества от традиционного?

Проблемные вопросы для интерактивного практического занятия:

Как соотносятся понятия культуры и цивилизации?

Каковы особенности развития современной цивилизации?

В чем специфика Востока и Запада как типов цивилизации?

Можно ли говорить о России как особом типе цивилизации, не сводимом к Востоку или Западу?

Тема 16. Человек в мире ценностей. Мораль, справедливость, право.

Вопросы для обсуждения.

1. Черты практического разума. Целеполагание в человеческой деятельности. Конфликт целей, проблема приоритетов
2. Ценностное сознание и отношение людей к действительности с позиции должного – ценностей, норм, идеалов. Ценности как ядро культуры.
3. Проблема возникновения и развития нравственности, ее функции, структура. Природа морали. Основные понятия этики.
4. Проблема прав и обязанностей человека. Понятие справедливости. Основные идеи философии права.

Проблемные вопросы для интерактивного практического занятия:

Как соотносятся нравственные ценности, моральные и правовые нормы?

Существуют ли общечеловеческие, универсальные ценности?

Тема 17. Религиозные ценности и свобода совести

Вопросы для обсуждения.

1. Общественно-историческая природа и социальные функции религии. Мировые религии.
2. Тема Бога в истории философии.
3. Религиозная философия в XX столетии. Неотомизм. Персонализм. Русская религиозная философия.

4. Религии в современном мире. Религиозная ситуация в России наших дней. Свобода совести, религии и убеждений.

Тема 18. Глобальные проблемы и судьбы цивилизации

Вопросы для обсуждения

1. Человечество перед лицом глобальных проблем современности (демографическая, сырьевая, энергетическая, экологическая и др.).
2. Информационное общество, его идеалы, тенденции развития. Духовная ситуация времени.
3. Глобализация и ее последствия.
4. Сценарии будущего: русский космизм, пределы роста, гипотеза ноосферы, информационное общество, коэволюция человека и природы.
5. Основные концепции будущего человечества. Стратегии выживания.

Проблемные вопросы для интерактивного практического занятия:

Почему рассматриваемые в данной теме проблемы мы называем глобальными? Почему они появляются именно в XX веке?

Каковы плюсы и минусы процесса глобализации?

Как сценарии возможного будущего могут повлиять на настоящее?

Какие стратегии выживания человечества вам представляются наиболее реализуемыми?

**Оценочные материалы для проведения текущей
аттестации по дисциплине Фотография в рекламе и PR**

- 1. Из всего перечня выберите имена создателей фотографии:**
 - а) Джордж Истмэн
 - б) Жозеф Нисефор Ньепс
 - в) Луи-Жак Манде Дагер
 - г) Вильям Фокс Генри Тальбот

- 2. Вклад этого фотографа в развитие цветной фотографии в России признан во всем мире:**
 - а) Г. Бодров
 - б) С.М. Прокудин-Горский
 - в) И. Мухин
 - г) А.М. Родченко

- 3. Главной отличительной особенностью аналоговых и цифровых фотоаппаратов является:**
 - а) внешний вид
 - б) устройство объектива
 - в) носитель визуальной информации
 - г) название фотоаппарата

- 4. На сколько основных типов делятся объективы по величине фокусного расстояния:**
 - а) на два
 - б) на пять
 - в) на три
 - г) на четыре

- 5. Диафрагма - это...**
 - а) диаметр наружной линзы объектива
 - б) диаметр внутренней линзы объектива
 - в) диаметр отверстия, через которое свет попадает на плёнку или матрицу
 - г) количество линз в объективе

- 6. Выдержка - это...**
 - а) время, в течение которого свет действует на плёнку или матрицу
 - б) количество функций в фотоаппарате

- в) время проявки плёнки
- г) количество кадров в плёнке

7. От чего напрямую зависит глубина резкости:

- а) от величины выдержки
- б) от величины диафрагмы
- в) от светочувствительности плёнки или матрицы
- г) от точки съёмки

8. Разрешающая способность – это одна из основных характеристик

- а) выдержки
- б) фотоаппарата
- в) плёнки или матрицы
- г) диафрагмы

9. Объём и характер фактуры изображаемых объектов лучше всего подчеркивается:

- а) величиной диафрагмы
- б) величиной фокусного расстояния объектива
- в) характером освещения
- г) величиной выдержки

10. Журналистская фотография, в первую очередь, отличается от любительской, бытовой и художественной:

- а) техническим качеством снимков
- б) цветностью
- в) предназначением снимков
- г) размером снимков

11. Как изобретение, фотография была зарегистрирована впервые:

- а) в России
- б) в Германии
- в) в Англии
- г) во Франции

12. Применение фотографической цифровой технологии в СМИ – это, прежде всего, ...

- а) упрощение обработки визуальной информации
- б) изменение графической модели издания
- в) изменение способа печати издания
- г) улучшение жанрового разнообразия публикуемых материалов

13. Основным видом съёмки для СМИ является:

- а) макросъёмка

- б) постановочная съёмка в студии
- в) рекламная съёмка
- г) репортажная съёмка

14. Количество кадров, которые можно снять цифровым фотоаппаратом без перекачивания информации с него, зависит прежде всего:

- а) от режима съёмки
- б) от размера матрицы фотоаппарата
- в) от ёмкости карты памяти
- г) от фокусного расстояния объектива

15. Лучше всего приспособлены для работы в условиях очень высоких или очень низких температур фотоаппараты:

- а) аналоговые автоматические
- б) цифровые
- в) аналоговые полуавтоматические
- г) аналоговые механические

16. Применение искусственных источников света в журналистской фотографии – это

- а) непереносимое техническое условие
- б) суровая необходимость
- в) требование полиграфистов
- г) повышение оперативности съёмки

17. С повышением светочувствительности фотоматериала одного типа, на котором формируется изображение, разрешающая способность его:

- а) повышается
- б) не изменяется
- в) снижается
- г) исчезает

18. Разрешающая способность объектива:

- а) уменьшается от оптической оси к периферии
- б) остаётся неизменной по всей площади линзы
- в) увеличивается от оптической оси к периферии
- г) зависит от светочувствительности плёнки или матрицы

19. С увеличением фокусного расстояния объектива перспектива в кадре:

- а) «растягивается»
- б) «сжимается»
- в) остаётся неизменной, такой, как мы её видим невооружённым глазом

г) меняется только в зависимости от расстояния между объектом съёмки и фотоаппаратом

20. Фотографии в газете, журнале по отношению к тексту являются:

- а) «конкурентами»
- б) равноценными «партнерами»
- в) взаимоисключающими элементами издания
- г) элементами структуры текста

21. Утверждение знаменитого американского фотографа Ричарда Аведона, что «Фотография – не факт, а мнение. Все снимки документальны, ни один из них не правдив...» – это

- а) просто красивая фраза
- б) констатация неизбежности, признание права каждого фоторепортёра быть субъективным
- в) ошибка великого мастера
- г) ложный вывод

22. Фотография становится объектом авторского права:

- а) С момента замысла фотографической темы
- б) После окончания съёмки, с момента создания изображения
- в) После того, как она где-либо опубликована
- г) После получения гонорара за публикацию

23. Перечислите не менее 5 композиционных ошибок фотографа:

24. Что не допускается в репортажной документальной фотографии?

- а) выбор точки съёмки
- б) удаление «лишних» предметов
- в) цветокоррекция
- г) склейка нескольких фотографий

25. Перечислите 3 варианта рекламных фотоизображений, которые нельзя было бы опубликовать в СМИ по этическим соображениям:

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Экономика»

Тема 1. Предмет и метод экономики как науки.

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Предмет экономической теории и ее функции.
2. Методология научного познания экономики.
3. Основные этапы развития экономической науки

Практико-ориентированные задания

1. Аналитический обзор литературы, и Интернет-источников
2. Подготовка резюме

Задания в тестовой форме.

1. Какое из положений не имеет отношения к определению предмета теоретической экономики?
 - 1) эффективное использование ресурсов;
 - 2) неограниченные производственные ресурсы;
 - 3) максимальное удовлетворение потребностей;
 - 4) материальные и духовные потребности;
 - 5) редкость блага.
2. Что из перечисленного изучает микроэкономика.
 - 1) производство в масштабе всей экономики;
 - 2) налоги и бюджет государства;
 - 3) численность занятых в хозяйстве;
 - 4) общий уровень цен;
 - 5) производство сахара и динамику его цены.
3. Если исследуется экономика, как целостная структура, то это анализ:
 - 1) микроэкономический;
 - 2) макроэкономический;
 - 3) позитивный;
 - 4) нормативный;
 - 5) статистический

Тема 2. Общие проблемы экономического развития

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Объективные условия и противоречие экономического развития.
2. Экономические потребности. Классификация экономических ресурсов.
3. Экономический выбор. Кривая производственных возможностей. Закон возрастания альтернативных издержек.
4. Основные экономические проблемы, стоящие перед обществом. Экономический рост.
5. Понятие экономической системы. Основные ступени развития экономических систем: доиндустриальное общество, индустриальное общество, постиндустриальное общество

6. Современные экономические системы. Выбор экономической системы: критерий эффективности. Трансакционные издержки.

7. Собственность как экономическая категория. Многообразие видов и форм собственности.

8. Экономические агенты. Модель экономического кругооборота.

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и заданий в тестовой форме.

2. Эссе на тему «Мой выбор»

3. Подготовка доклада на тему «Модели экономических систем»:

1. Американская модель 2. Японская модель рыночного хозяйства 3. Шведская модель хозяйствования. 4. Германское социально-рыночное хозяйство. 5. Китайская модель экономики. 6. Российская модель экономики

Формы контроля, оценочные средства: Фронтальный опрос экспресс-тестирование, эссе, доклад

Задачи по теме: «Общие проблемы экономического развития»

Задание 1.

Производственные возможности выпуска военной продукции и гражданских товаров представлены в табл. 1.

Продукт	Производственные альтернативы				
	A	B	C	D	E
Автомобили, млн.шт.	0	2	4	6	8
Управляемые ракеты, тыс. шт.	30	27	21	12	0

а) Изобразите эти данные о производственных возможностях графически. Что показывают точки на кривой? Определите: каковы будут издержки производства дополнительного миллиона автомобилей (дополнительной тысячи управляемых ракет), если экономика в данный момент находится в точке С.

б) Обозначьте на графике производственных возможностей точку К внутри зоны, ограниченной кривой. Что она показывает? Обозначьте точку Н вне этой зоны. Что показывает точка Н? Что должно произойти, прежде чем экономика достигла уровня производства, который показывает точка Н?

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ).

1. Главная проблема экономики состоит в том, что:

1) человеческие желания ограничены;

2) ресурсы безграничны;

3) люди всегда должны делать выбор при использовании ограниченных ресурсов;

4) только в слаборазвитых странах существует проблема дефицита.

2. В каком из перечисленных ниже вариантов представлены примеры всех трех видов факторов производства: земли, труда и капитала?

- 1) деньги, слесарь, пашня; 2) учитель, нефть, комбайн;
3) токарь, станок, акции; 4) облигации, природный газ, менеджер.

3. Ограниченность - это проблема, которая:

- 1) существует только в бедных странах; 2) есть только у бедных людей;
3) есть у всех людей и обществ; 4) никогда не возникает у богатых людей.

4. Что из данного перечня является реальным (физическим) капиталом?

- 1) деньги; 2) производственное оборудование;
3) акции; 4) потребительские товары длительного пользования.

5. Самое ценное, чем пришлось пожертвовать при выборе данного блага, называется:

- 1) предельной выгодой; 2) альтернативной стоимостью;
3) ограниченностью; 4) ничего из вышеперечисленного не подходит.

6. Альтернативная стоимость товара измеряется:

- 1) затратами ресурсов на производство данного товара;
2) индексом потребительских цен;
3) количеством денег, затраченных на производство данного товара;
4) количеством другого товара, от которого пришлось отказаться ради производства данного товара.

7. Мэрией г. Курска принято решение о строительстве нового стадиона. Цена выбора этого решения определяется:

- 1) ценой экономических ресурсов, используемых в строительстве;
2) суммой денег, отпущенных на строительство;
3) потерей для города постройки бассейна, от которого пришлось отказаться в пользу стадиона;
4) затратами труда, капитала и природных ресурсов.

8. Абстрактная экономическая ситуация: при производстве 1 кг алюминия было недополучено 10 керамических ваз. Какому из вариантов производственных возможностей это соответствует?

Продукт	Вариант							
	А		В		С		Д	
Алюминий, кг	5	7	6	5	3	4	1	2
Вазы, штук	10	20	20	30	10	20	30	10

- 1) А ; 2) В; 3) С; 4) Д

Тема 3. Рыночная организация хозяйства

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Объективные причины возникновения рынка. Разделение труда.
2. Сущность, функции и виды рынка.
3. Принципы организации рыночной экономики.
4. Инфраструктура рынка.

Практико-ориентированные задания

1. Темы докладов: 1. Общественное разделение труда и его роль в развитии производства. 2. «Теневой рынок». 3. Принцип «невидимой руки» А. Смита.
3. Решение заданий в тестовой форме.

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос; доклад, деловая игра «Кругооборот товаров, денег и ресурсов в экономике»,

Задания в тестовой форме.

(в каждом варианте только один правильный ответ)

1. Что такое натуральное хозяйство? Натуральное хозяйство - это ...
 - 1) организация производства натуральных природных продуктов для человека;
 - 2) организация производства, при котором не применяются машины и приспособления, а используется ручной труд;
 - 4) хозяйство, в котором производятся продукты питания для продажи гражданам и фирмам;
 - 5) хозяйство, в котором производится все необходимое для собственной жизни, и практически нет товарного обмена.
2. Что такое товарное хозяйство? Товарное хозяйство – это...
 - 1) хозяйство, в котором применяются совершенные машины и оборудование;
 - 2) хозяйство с большим объемом производимых продуктов;
 - 3) организация производства товаров и услуг для продажи;
 - 4) организация производства высококачественных товаров для внутренних нужд хозяйства
3. Когда Узбекистан продает хлопок России в обмен на нефть, то ...
 - 1) в выигрыше оказываются обе стороны;
 - 2) Россия - в выигрыше, Узбекистан - в проигрыше;
 - 3) обе стороны от этого проигрывают;
 - 4) Узбекистан выигрывает, Россия проигрывает.
4. Успех на рынке совершенной конкуренции зависит от:
 - 1) рекламы;
 - 2) высокого качества товара;
 - 3) возможности влиять на цену;
 - 4) возможности снизить издержки.
5. На производительность труда непосредственно влияет:
 - 1) здоровье и уровень образования рабочей силы;
 - 2) качество машин и оборудования;
 - 3) эффективная деятельность менеджеров;
 - 4) все вышеперечисленное

6. Сравнительное преимущество - это:

- 1) способность производить товары или услуги с меньшими альтернативными затратами;
- 2) возможность производить и обменивать товары и услуги с меньшими затратами ресурсов;
- 3) способность тратить меньше рабочего времени на получение товаров и услуг;
- 4) более высокая производительность, возникающая вследствие специализации.

7. Увеличение степени разделения труда, как правило, ведет к:

- 1) уменьшению экономической взаимозависимости;
- 2) более равномерному распределению доходов;
- 3) снижению часовой производительности труда;
- 4) снижению трудоемкости продукции

8. Какой из примеров объясняет принцип сравнительного преимущества при торговле между странами?

- 1) альтернативная стоимость собственного производства которых высока, и покупать товары, альтернативная стоимость собственного производства которых низка;
- 2) альтернативная стоимость собственного производства которых низка, и покупать товары, альтернативная стоимость собственного производства которых высока;
- 3) которые нравятся людям меньше, и покупать товары, которые им нравятся больше;
- 4) спрос на которые падает, и покупать те товары, спрос на которые растет.

9. Если Великобритания имеет сравнительное преимущество перед Россией в производстве автомобилей, то:

- 1) продавать автомобили из Великобритании в Россию не имеет смысла;
- 2) альтернативная стоимость производства автомобилей в Великобритании выше, чем в России;
- 3) альтернативная стоимость производства автомобилей в России выше, чем в Великобритании;
- 4) снижение спроса на автомобили в России будет выгодно британским автомобилестроителям.

Тема 4. Спрос и предложение на индивидуальных рынках, Эластичность. Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Спрос. Закон спроса. Неценовые факторы, влияющие на спрос.
2. Предложение. Закон предложения. Неценовые факторы, влияющие на предложение
3. Рыночное равновесие цен, спроса и предложения. Равновесная цена. Рыночные неравновесия.

4. Вмешательство государство в процесс рыночного ценообразования и его последствия.

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и заданий в тестовой форме
2. Экономическое эссе «Анализ рынков»
3. Подготовка к понятийному диктанту

Формы контроля, оценочные средства: контрольная (аттестационная) работа, понятийный диктант, экспресс-тестирование, эссе.

Задачи по теме: «Спрос и предложение на индивидуальных рынках»

Задание 1.

Функция спроса населения на данный товар $Q_d = 7 - P$. Функция предложения $Q_s = -5 + 2P$. Постройте графики спроса и предложения данного товара. Определите цену равновесия.

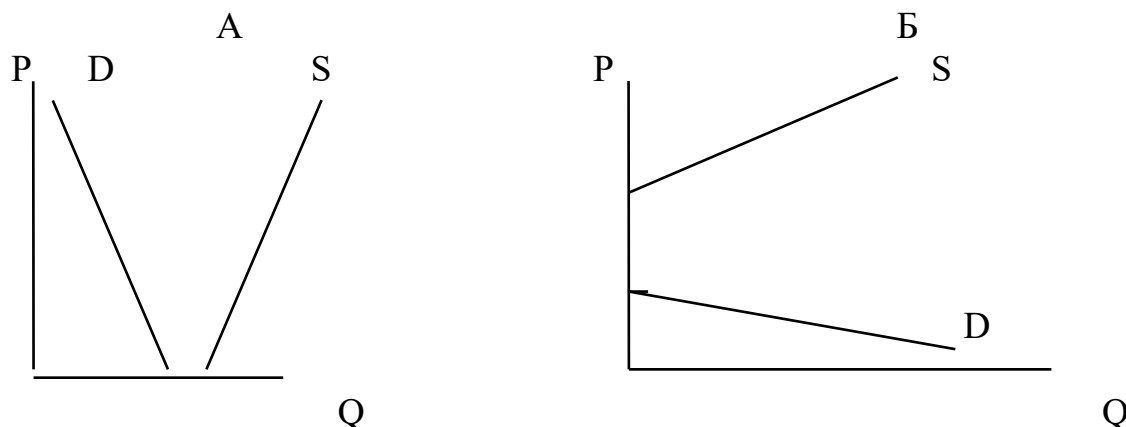
Задание 2. Анализируем ситуацию на рынке помидоров.

Цена за 1 кг (руб)	Величина спроса (млн.кг. в год)	Величина предложения (млн. кг в год)
20	10	3
24	9	4
28	8	5
32	7	6
36	6	7
40	5	8

- а) Начертите кривые спроса и предложения для помидоров и найдите равновесную цену и равновесное количество.
- б) Что будет иметь место - дефицит или избыток помидоров на рынке, - если цена будет равна 24 руб., цена равна 40 руб.?
- в) Почему и в каком направлении будут изменяться цены на помидоры из пункта (б) в случаях дефицита или избытка?
- г) Покажите на графике, как изменяется равновесная цена и равновесное количество, если Министерство здравоохранения России предупредит, что от потребления помидоров краснеют белки глаз и на коже выступает сыпь. Объясните, почему цена не сохранится на своем первоначальном уровне.
- д) Покажите на графике, как изменятся равновесная цена и равновесное количество, если правительство в порядке поддержки сельского хозяйства введет субсидию на каждый килограмм выращенных помидоров?

Задание 3. Предположим, что благодаря активной деятельности членов Общества защиты животных многие люди перестали покупать кожаные куртки. Однако продавцы, несмотря на это сумели сохранить цену кожаных курток на прежнем уровне. Используя кривые спроса и предложения и понятие рыночного равновесия, объясните, как изменилось количество продаваемых курток и почему? (отобразите решение на графике)

Задача 4. На рисунках изображены две ситуации, в которых линии спроса и предложения не имеют общих точек. Опишите возможные реальные ситуации в экономике.



Задания в тестовой форме

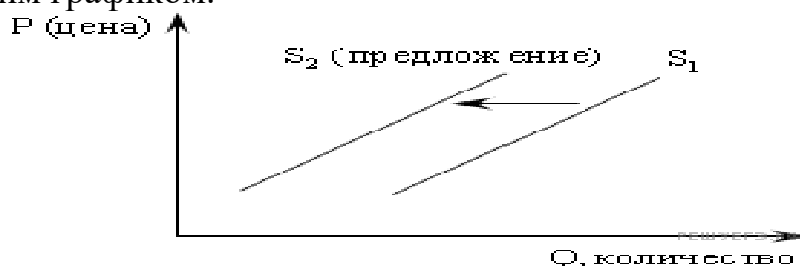
(В каждом варианте только один правильный ответ.)

1. Кривая рыночного спроса показывает:
 - 1) как будет снижаться потребление блага при снижении доходов покупателей;
 - 2) по какой цене будет осуществляться подавляющая часть сделок;
 - 3) что потребители склонны покупать больше товаров по более высоким ценам;
 - 4) какое количество блага потребители желают и могут приобрести в единицу времени при различных ценах.
2. При прочих равных условиях сдвиг кривой предложения вправо приводит:
 - 1) к росту равновесной цены и равновесного количества;
 - 2) к снижению равновесной цены и равновесного количества;
 - 3) к росту равновесной цены и снижению равновесного количества;
 - 4) к снижению равновесной цены и росту равновесного количества.
3. Что случится на рынке, где существует конкуренция, если величина предложения превысит величину спроса?
 - 1) потребительский спрос возрастет;
 - 2) производители увеличат выпуск товаров;
 - 3) рыночная цена упадет;
 - 4) рыночная цена поднимется.
4. Когда увеличивается величина спроса на лес, растет и спрос на гвозди. Когда уменьшается величина спроса на лес, сокращается и спрос на гвозди. Экономисты сказали бы, что лес и гвозди:

1) несопряженные товары;	2) взаимозаменяемые товары;
3) взаимодополняющие товары;	4) эластичные товары.
5. Увеличение спроса и предложения одновременно:
 - 1) приведет к росту цены равновесия;
 - 2) оставит цену равновесия без изменений;

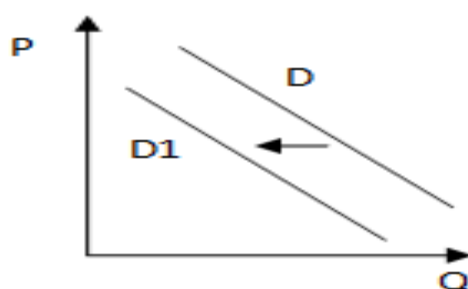
- 3) снизит цену равновесия;
- 4) может привести к любому из вышеперечисленных последствий.

6. Из приведенного ниже списка выберите ситуацию, которая может быть отражена следующим графиком.



- 1) рост тарифов на электроэнергию;
- 2) рынок шоколада после хорошего урожая какао-бобов;
- 3) снижение налога на производителя товара;
- 4) открытие новых фирм в отрасли, производящей данный товар

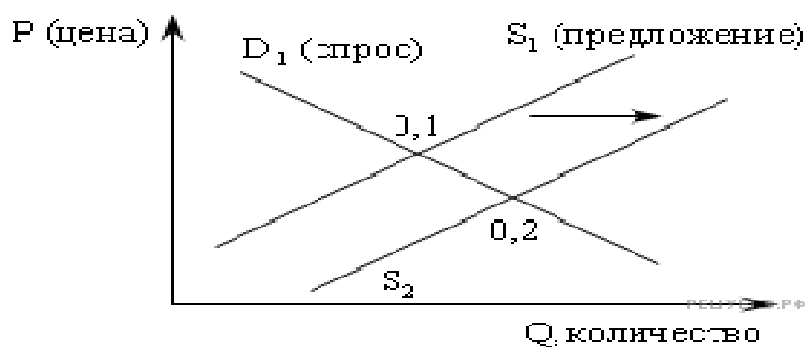
7. На рисунке отражена ситуация на рынке элитных сортов чая: линия спроса D переместилась в новое положение $D1$



Это перемещение может быть связано, прежде всего, с (со)

- 1) ростом доходов населения;
- 2) изменением погодных условий, обусловленных наступлением осени;
- 3) снижением цен на элитные сорта кофе;
- 4) существенным увеличением числа фирм-поставщиков чая

9. Из приведенного ниже списка выберите ситуацию, которая может быть отражена следующим графиком



1) рост равновесной цены;	2) снижение выручки продавца;
3) рост количества проданного товара;	4) отмена субсидии на данный товар

Задачи: «Эластичность»

Задача 1. Цена товара выросла с 10 рублей до 12 рублей. Объем спроса сократился с 200000 до 180 000 единиц. Чему равен коэффициент ценовой эластичности? Что такое эластичность?

Задание 2. Цена товара X выросла со 100 до 200 руб., в результате спрос на товар Y повысился с 2000 до 2500 шт. ежедневно. Рассчитайте перекрестную эластичность спроса. Являются ли товары X и Y взаимодополняемыми или взаимозаменяемыми?

Задание 3. Если эластичность спроса по цене на видеокамеры равна - 3, то каково будет процентное изменение объема спроса на них, которое последует после десяти процентного увеличения цены?

Задания в тестовой форме

(на каждый вопрос есть только один правильный ответ)

1. Коэффициент ценовой эластичности спроса равен - $\frac{1}{3}$. Это означает, что:

1) если цена товара вырастет на один процент, то величина спроса на него сократится на $\frac{1}{3}$ процента;	
2) если цена товара сократится на один процент, то величина спроса на него увеличится на 3 процента;	
3) если цена товара повысится на один процент, то величина спроса на него повысится на $\frac{1}{3}$ процента;	
4) если цена товара снизится на один процент, то величина спроса на него уменьшится на 3 процента.	

2. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то спрос:

1) неэластичный;	2) эластичный;
3) единичной эластичности;	4) абсолютно неэластичный;
5) абсолютно эластичный.	

3. Если уменьшение цены на 5% приводит к снижению объема предложения на 8%, то данное предложение:

1) неэластично;	2) единичной эластичности;
3) эластично;	4) абсолютно эластично;
5) абсолютно неэластично.	

4. Цена товара выросла с 20 до 24 рублей. Объем спроса сократился с 1000 до 900 штук. Чему равен коэффициент ценовой эластичности спроса?

1) 5;	2) 0,5;	3) 2;	4) 0,2 ;	5) 4.

Тема 5. Теория потребительского выбора

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Анализ поведения потребителей. Кривые безразличия. Бюджетная линия.
2. Выбор потребителя. Особенности потребительского спроса.
3. Эффект дохода и эффект замены. Кривые Энгеля. Излишек потребителя.

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и решение заданий в тестовой форме.
2. Подготовка докладов на темы: 1. Количественная теория полезности. 3. Основные положения порядковой теории полезности. 3. «Эффект Веблена». 4. «Эффект сноба». 5. «Эффект присоединения к большинству».

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, доклад

Задачи по теме: “Теория потребительского поведения”

Задание 1. Определите точку оптимального выбора потребителя. Студент еженедельно получает от родителей 40 рублей на карманные расходы (еду и развлечения). Цена продуктов - 1 руб. за единицу, цена развлечений - 1 руб. за единицу. В таблице показаны три набора безразличия двух товаров: продуктов питания и развлечений, каждый из которых представляет различный уровень полезности.

набор 1		набор 2		набор 3	
развлечения	продукты	развлечения	продукты	развлечения	продукты
2	40	10	40	12	45
8	26	14	30	16	35
17	16	20	20	21	25
29	9	30	14	33	17
40	5	43	10	44	13

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

1. Общая полезность товара:
 - 1) тем выше, чем ниже цена, которую потребитель заплатил за этот товар;
 - 2) всегда растет при потреблении дополнительных единиц этого товара;
 - 3) не меняется при потреблении дополнительных единиц этого товара;
 - 4) характеризует ожидаемое удовлетворение от потребления этого блага.
2. Общая полезность пирожных:
 - 1) тем выше, чем больше удовольствия ожидает получить потребитель пирожных;
 - 2) для конкретного потребителя всегда одинакова;
 - 3) не может снижаться при потреблении дополнительных пирожных;
 - 4) может быть оценена только после того, как пирожные были потреблены.
3. Третья чашка кофе приносит меньшее удовольствие, чем вторая. Это пример:
 - 1) действия закона спроса;
 - 2) эффект Гиффена;
 - 3) уменьшения маржинальной полезности;
 - 4) эффекта замены

4. Закон убывающей предельной полезности означает, что:

- 1) отношение предельных полезностей к ценам на предметы роскоши меньше, чем на товары первой необходимости;
- 2) полезность, приносимая каждой последующей единицей товара, убывает по мере увеличения количества приобретаемых товаров;
- 3) отношение предельных полезностей к ценам одинаково для всех товаров;
- 4) полезность приобретаемых товаров убывает по мере увеличения дохода потребителя.

5. Если потребитель выбирает комбинацию, представленную точкой, лежащей на плоскости, ограниченной бюджетной линией, то он:

- 1) максимизирует полезность;
- 2) желает купить больше товаров, чем позволяет его бюджет;
- 3) не полностью использует свой бюджет;
- 4) находится в положении потребительского равновесия.

6. Параллельный сдвиг линии бюджетного ограничения вправо связан с:

- 1) ростом дохода;
- 2) падением дохода;
- 3) увеличением полезности;
- 4) ростом спроса.

7. Положение и наклон кривой безразличия для отдельного потребителя объясняется:

- 1) его предпочтениями и размерами дохода;
- 2) только ценами покупаемых товаров;
- 3) предпочтениями, размерами дохода и ценами покупаемых товаров;
- 4) только его предпочтениями.

8. Предположим, что потребитель имеет доход в 8 долларов. Цена товара А равна 1долл., а цена товара В – 0,5долл. Какая из следующих комбинаций товаров находится на бюджетной линии:

- 1) 8А и 1В;
- 2) 7Аи1В;
- 3) 6Аи6В;
- 4) 5Аи6В.

9. Потребительское равновесие на карте безразличия - это:

- 1) любое пересечение бюджетной линии и кривой безразличия;
- 2) любая точка на самой высокой из кривых безразличия;
- 3) та точка, в которой наклон бюджетной линии равен наклону касательной к ней кривой безразличия;
- 4) любая точка, расположенная на бюджетной линии;

10. Если потребитель выбирает комбинацию, представленную точкой, лежащей внутри плоскости, ограниченной бюджетной линией, то он:

- 1) максимизирует полезность;
- 2) желает купить больше товаров, чем позволяет его бюджет;

- 3) не полностью использует свой бюджет;
- 4) находится в положении потребительского равновесия

Тема 6. Теория фирмы

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Предпринимательство. Организационно-правовые формы предприятий (фирм).
2. Производственная функция. Издержки производства: их сущность и классификация.
3. Равновесие предпринимательской фирмы на рынке в краткосрочном периоде.
4. Условия долгосрочного устойчивого равновесия предпринимательской фирмы. Положительный и отрицательный эффекты роста масштабов производства.
5. Минимизация издержек производства. Выбор факторов производства.

Практико-ориентированные задания

1. Подготовка к презентации «собственной фирмы» и игре «Книжная фабрика»
2. Подготовка теоретических вопросов
3. Темы докладов: 1. Бизнес-план и его значение в деятельности фирмы. 2. Маркетинг – рыночная концепция управления фирмой. 3. Менеджмент, его сущность и функции.
4. Решение задач и заданий в тестовой форме

Формы контроля, оценочные средства: презентация фирмы, фронтальный опрос; контрольная работа; деловая игра «Книжная фабрика».

Задачи по теме «Теория фирмы»

Задание 1. Мистер Х владеет небольшой фирмой по производству керамики. Он нанимает одного помощника за 12 тыс. долл. в год с оплатой в конце года, и 20 тыс. долл. в год уходит на покупку сырья и материалов с оплатой в начале года. В начале года для приобретения нового оборудования, срок эксплуатации которого составляет 8 лет, мистер Х взял в банке кредит в размере 40 тыс. долл. под 10% процентов годовых. Процент по депозитам равен 7. Мистер Х использует собственное помещение под мастерскую. Он мог бы сдавать его в аренду за 10 тыс. долл. в год с оплатой в конце года. Конкурент мистера Х предлагает ему рабочее место гончара с зарплатой 15 тыс. долл. в год с условием выплаты этой суммы в конце года. Суммарный годовой доход от продажи керамических изделий составляет 65 тыс. долл. Найдите годовую бухгалтерскую и экономическую прибыль мистера Х.

Задание 2. Используя таблицу, рассчитайте соответствующие показатели и заполните таблицу (дробные числа округляйте до целых):

Выпуск(Q)	FC	TC	VC	AFC	AVC	ATC	MC

1						840	
				250		530	
						407	
					225	350	
5				100	224		
			1400				280

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

- Акционерное общество является юридическим лицом. Это означает, что оно:
 - 1) не имеет права заключать контракт от своего имени;
 - 2) не может иметь собственного имущества, обособленного от имущества своих акционеров;
 - 3) наиболее распространенная форма организации бизнеса;
 - 4) имеет право заключать контракты и обращаться в суд в качестве истца и ответчика.
- Высшим органом управления акционерным обществом является:
 - 1) общее собрание акционеров;
 - 2) совет директоров;
 - 3) правление;
 - 4) ревизионная комиссия.
- Неявные (внутренние) издержки представляют собой:
 - 1) постоянные издержки;
 - 2) затраты на покупку факторов производства;
 - 3) переменные издержки;
 - 4) затраты собственных ресурсов фирмы.
- Какой из видов затрат не относится к внешним(явным) издержкам?
 - 1) покупная стоимость сырья и материалов;
 - 2) стоимость рабочего времени предпринимателя;
 - 3) арендная плата, уплачиваемая предпринимателем за использование помещения;
 - 4) заработная плата нанимаемых им работников.
- В краткосрочном периоде к переменным издержкам фирмы, скорее всего, относятся:
 - 1) заработная плата основных работников;
 - 2) выплата налога на имущество фирмы;
 - 3) амортизационные отчисления;
 - 4) плата за арендуемое оборудование.

Тема 7. Типы рыночных структур

Теоретические вопросы к обсуждению:

- Типы рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.

2. Чистая (совершенная) конкуренция и ее характеристика. Максимизация прибыли на основе сопоставления валовых показателей в условиях чистой конкуренции.
3. Монополистическая конкуренция и ее характеристика.
4. Олигополия и рыночная концентрация. Важнейшие характеристики олигополии.
5. Монополизм в экономике. Естественные монополии.
6. Социально - экономические последствия монополизма. Поведение фирмы в условиях монополии.
7. Антимонопольное (антитрестовское) законодательство и его практическое применение в российской экономике.

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и заданий в тестовой форме
2. Эссе
3. Подготовка доклада (по выбору обучающегося):
 1. Антимонопольное законодательство США.
 2. Антимонопольное законодательство европейских государств.
 3. Антимонопольное законодательство России: теория и практика применения.

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос; доклад

Задачи по теме: «Типы рыночных структур»

Задача 1. Информация о спросе на продукцию некоторой фирмы представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Цена P (ден.ед.)	13	12	11	10	9	8	7	6
Объем спроса Q (шт. в день)	0	1	2	3	4	5	6	7

- а) Как вы считаете, данная фирма работает в условиях совершенной конкуренции или является монополистом?
- б) Предположим, что предельные издержки фирмы постоянны и равны 4 ден.ед. ($MC=4$). Определите объем выпуска, максимизирующий прибыль фирмы.
- в) Средние издержки фирмы также постоянны и равны 4 ден.ед. ($AC=4$). Какой будет максимальная прибыль фирмы?

Задача 2. а) Используя данные из упражнения 1, постройте графики предельных издержек, предельной выручки и спроса.

б) Сравните кривые спроса и предельной выручки с такими же кривыми для фирмы, работающей в условиях совершенной конкуренции.

в) Определите, используя построенные вами графики, оптимальный объем выпуска и цену, которую следует установить монополисту для максимизации прибыли.

г) Покажите на графике величину общей выручки и прибыли монополиста при выбранном им оптимальном объеме выпуска.

Задания в тестовой форме

(на каждый вопрос есть один правильный ответ)

1. Монополист - это предприятие, которое:

- 1) производит больше продукции лучшего качества, чем остальные;
- 2) является единственным продавцом данного товара;
- 3) больше других выпускает продукции;
- 4) является единственным покупателем данного товара;
- 5) обладает монопольной властью на рынке

2. Множество магазинов в Курске торгуют примерно одни и тем же набором мужской одежды отечественного производства и привезенной из-за границы. Это пример рынка:

- 1) монополистической конкуренции;
- 2) совершенной конкуренции;
- 3) монополии;
- 4) олигополии;
- 5) монополии

3. Какое из перечисленных ниже свойств присутствует на рынке совершенной конкуренции?

- 1) неоднородность продукции;
- 2) мобильность ресурсов;
- 3) реклама;
- 4) ценовая конкуренция.

4. На национальном рынке тяжелых вооружений один покупатель (государство) и несколько продавцов (фирм-производителей оружия). Такой рынок называется:

- 1) монополией;
- 2) монополистической конкуренцией;
- 3) монополией;
- 4) совершенной конкуренцией.

5. Предельная выручка для фирмы, обладающей монопольной властью:

- 1) превышает цену при любом объеме выпуска
- 2) ниже цены при любом объеме выпуска
- 3) равна цене при любом объеме выпуска
- 4) ниже цены при малых объемах производства
- 5) соотношение между предельной выручкой и назначаемой фирмой ценой может быть произвольным

6. Фирма-монополист в краткосрочном периоде находится в равновесии, когда:

- 1) $MC = MR$;
- 2) средние издержки меньше цены;
- 3) средние издержки больше цены;
- 4) предельные издержки больше цены

7. Отношение $(P - MC)/P$ А.Лернер предложил использовать для характеристики:

- 1) степени концентрации фирм на рынке;
- 2) монопольной власти фирмы
- 3) степени ценовой дискриминации;
- 4) высоты рыночных барьеров

8. В модели монополии предполагается, что:

- 1) продавцы и покупатели принимают цены как данные;
- 2) проникновение на рынок новых фирм не ограничено;
- 3) поведение продавцов является стратегическим;
- 4) производится уникальный продукт

9. Монополист, который стремится к максимизации прибыли, будет увеличивать производство продукции, если:

- 1) средние издержки снижаются;
- 2) затраты на рекламу растут;
- 3) предельный доход выше предельных издержек;
- 4) предельный доход равен переменным издержкам;
- 5) предельный доход ниже предельных издержек

10. Кривая спроса в условиях совершенной конкуренции совпадает с:

- 1) кривыми предельной и средней выручки;
- 2) кривой общей выручки;
- 3) кривой общих издержек;
- 4) кривой предельных издержек;
- 5) кривой средних издержек

Тема 8. Рынки факторов производства.

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Спрос на ресурсы как производственный спрос. Особенности ценообразования на рынках факторов производства. Правило использования ресурсов.
2. Спрос и предложение на рынке труда. Особенности рынка труда.
3. Заработная плата как цена труда. «Человеческий капитал» и профсоюзы.
4. Рентные отношения в рыночной экономике. Рынок земли. Дифференциальная рента.
5. Экономическая природа прибыли. Бухгалтерская и экономическая прибыль. Современные трактовки прибыли. Норма прибыли.
6. Сущность капитала. Процент на капитал. Дисконтирование

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и заданий в тестовой форме
2. Эссе на тему «Мой человеческий капитал» (Отчет о проделанной работе за семестр)
3. Подготовка доклада на тему (по выбору обучающегося): 1. Особенности российского рынка труда. 2. Дифференциация заработной платы в российской экономике. 3. Инвестиции в человеческий капитал. 4. Российский рынок земли, и его особенности. 5. Российский рынок капитала

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, доклад, эссе, отчет о проделанной работе за семестр

Задачи по теме: «Рынки факторов производства»

Задача 1. Решите задачу. На рынке труда рыночный спрос на труд описывается уравнением $DL = 100 - 2w$, а рыночное предложение труда описывается уравнением $SL = 40 + 4w$, где w - дневная ставка заработной платы (в долл.). Рынок труда является совершенно конкурентным.

а) Какая ставка заработной платы установится на этом рынке? Какое количество работников будет нанято на работу?

б) Государство устанавливает минимальную ставку заработной платы на уровне 15 долл. в день. Охарактеризуйте последствия такой политики государства в качественном и количественном выражении.

в) Представьте графическое решение данной задачи.

Задача 2. Выполните упражнение “Анализируем роль профсоюзов на рынке труда”. Предположим, что следующие данные представляют величину спроса и предложения труда в конкретной отрасли.

Таблица 1.

Ставка зарплаты(долл.\ча с.)	Число требуемых рабочих (чел.)	Число рабочих, предлагающих свои услуги (чел.)
1	5000	1000
2	4000	2000
3	3000	3000
4	2000	4000
5	1000	5000
6	0	6000

1. Определите, используя данные таблицы, равновесную ставку заработной платы и число рабочих, предлагающих свои услуги на совершенно конкурентном рынке труда.

2. Предположим, что в результате подписания коллективного договора представителями профсоюза и предпринимателями зарплата составила 5 долл. в час.

а) Какова будет величина спроса на труд при новом уровне заработной платы?. Сколько рабочих будут предлагать услуги труда при новом уровне заработной платы? Какова будет величина безработицы?

б) Какие рабочие выиграют, а какие проиграют в результате нового, более высокого уровня заработной платы?

3. Отобразите полученные результаты графически.

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ).

1. Молодежная организация предложила повысить минимальную заработную плату подростков. Как это повышение (если оно будет реализовано) повлияет на оплату труда и занятость подростков?

- 1) возрастут и зарплата и занятость подростков;
- 2) зарплата возрастет, а занятость сократится;
- 3) зарплата сократится, а занятость возрастет;
- 4) зарплата вырастет, а занятость останется на том же уровне.

2. В рыночной экономике высокая заработная плата в основном зависит от...

- 1) узаконенного минимума заработной платы;
- 2) действий правительства;

- 3) высокой производительности труда;
- 4) социальной ответственности руководителей бизнеса.

3. При прочих равных условиях сдвиг вниз - влево кривой спроса на труд может быть связан с:

- а) понижением спроса на продукт труда; б) ростом цен на ресурс-заменитель;
- в) увеличением спроса на продукт труда; г) нет правильного ответа

4. Если Ваша заработная плата возрастет на 50%, а цены на покупаемые Вами товары увеличиваются на 55%, то Ваша...

- 1) реальная заработная плата выросла;
- 2) номинальная заработная плата снизилась;
- 3) реальная заработная плата снизилась;
- 4) это не отразилось на Вашей заработной плате.

5. То обстоятельство, что музыканты многих рок - групп зарабатывают намного больше выдающихся музыкантов современности можно объяснить:

- 1) большей посещаемостью рок - концертов;
- 2) тем, что рок - музыканты выступают в больших залах;
- 3) более высокой ценой на билеты на рок - концерты;
- 4) более высокой технической оснащенностью рок - музыкантов.

Кривая предложения труда для отдельной отрасли:

- 1) имеет отрицательный наклон; 2) имеет положительный наклон
- 3) абсолютно эластична; 4) совершенно неэластична
- 5) может иметь как положительный, так и отрицательный наклон на различных участках

6. Единый профсоюз горняков является на рынке труда шахтеров примером:

- 1) совершенного конкурента; 2) монополистического конкурента;
- 3) монополии; 4) олигополии.

7. Почему наемные рабочие получают заработную плату, а предприниматели получают предпринимательский доход?

- 1) для предпринимателей доход зарабатывают другие люди;
- 2) такие большие доходы заработной платой не назовешь;
- 3) предприниматели – собственники особого ресурса;
- 4) предприниматели присваивают разницу между ценой и себестоимостью, включающей и заработную плату наемных рабочих.

8. Спрос на капитал на рынке факторов производства – это:

- 1) спрос на деньги; 2) спрос на машины и оборудование;
- 3) спрос на акции и облигации; 4) спрос на ссудный капитал;
- 5) все, перечисленные выше.

Тема 9. Основные макроэкономические показатели. Система национальных счетов.

1. Система национальных счетов и история ее создания
2. Валовой внутренний продукт. Способы измерения ВВП
3. Соотношение показателей в системе национальных счетов.
4. Номинальный и реальный ВВП. Индексы цен.

Практико-ориентированные задания

1. Темы докладов: 1. Основные макроэкономические показатели России за текущий год. 2. Макроэкономические показатели г. Курска. 3. Макроэкономические показатели развития Курской области. 4. Индекс развития человеческого потенциала: методика расчета и практика применения

2. Решение задач и заданий в тестовой форме

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, доклад, контрольная работа

Задачи

Задача 1. Определите ВВП и НД, а также размер амортизационных отчислений по следующим данным (в млрд.руб.)

Зарплата	350
Закупки правительства	50
Импорт	30
Косвенные налоги на бизнес	130
Рентные платежи	71
Экспорт	40
Личные потребительские расходы	600
Валовые внутренние инвестиции	50
Прибыль	80
Процент	45

Какую методику расчета Вы использовали?

Задача 2. В таблице представлены данные, характеризующие величину номинального ВВП за три года (млрд. руб.)

Год	Номинальный ВВП	Индекс уровня Цен (в %)	Реальный ВВП
1	204	100	
2	186	130	
3	150	180	

а) Какой год является базовым? б) Как изменился уровень цен в период с 1-го по 2-й год ? в) Как изменился уровень цен в период со 2-го по 3-й год ? г) Рассчитайте реальный ВВП для каждого года.

Задания в тестовой форме

(В каждом варианте только один правильный ответ)

1. Личный доход - это:
 - 1) стоимость произведенных за год товаров и услуг;
 - 2) доход, полученный домохозяйствами в течение данного года;
 - 3) весь доход, предназначенный для личных расходов, после уплаты налогов;
 - 4) сумма сбережений из частных источников, находящихся в данной стране;
 - 5) нет верного ответа

2. Что из перечисленного включается в состав ВВП?

- 1) услуги домашней хозяйки;
- 2) покупка у соседей подержанного автомобиля;
- 3) покупка новых акций у брокера;
- 4) стоимость нового учебника в магазине.

3. Если из национального дохода вычесть налоги на прибыль корпораций, нераспределенную прибыль и взносы на социальное страхование, а затем приплюсовать чистые трансфертные платежи, то полученная сумма - это:

- 1) личный доход; 2) амортизация; 3) ВВП; 4) ЧНП; 5) НД

4. Располагаемый доход - это:

- 1) личный доход минус индивидуальные налоги и неналоговые платежи;
- 2) сумма, включающая зарплату, жалованье, ренту и доход в форме процента на капитал;
- 3) зарплата и жалованье, доход в форме процента на капитал минус налог на личный доход;
- 4) все перечисленное в пунктах а), б), в).

5. Трансфертные платежи - это:

- 1) выплаты домашним хозяйствам, не обусловленные предоставлением с их стороны товаров и услуг;
- 2) только выплаты правительством отдельным индивидуумам;
- 3) компонент дохода, который не включается в национальный доход;
- 4) все предыдущие ответы неверны.

6. Валовые частные инвестиции учитываются при расчете:

- 1) ВВП по методу потока доходов. 2) ВВП по методу потока расходов.
- 3) ЧНП по методу потока расходов. 4) Располагаемого дохода.

7. Если объем номинального ВВП и уровень цен повысились, то:

- 1) реальный ВВП не изменился;
- 2) реальный ВВП увеличился, но в меньшей степени, чем цены;
- 3) эта информация не позволяет определить динамику реального ВВП;
- 4) все предыдущие ответы неверны.

8. Зарплата учитывается при расчете:

- 1) ВВП по методу потока доходов; 2) ВВП по методу потока расходов;
- 3) чистого экспорта; 4) чистых субсидий государственным предприятиям.

9. В стране А производятся только два товара: чай и кофе. Производство и цены за два года составили :

	1-й год		2-й год	
	чай	кофе	чай	кофе

Количество	800	1200	1000	1500
Цена	9	4	6	10

Подсчитать дефлятор ВВП 2-й год (в%), приняв за базовый 1-й год.

- 1) 140 2) 240 3) 40 4) 25

10. С января по июнь инфляция составила 6%. Реальный ВВП за этот же год упал на 10%. Как изменился номинальный ВВП за этот год?

- 1) увеличился на 4,6% 2) уменьшился на 4,6%
3) увеличился на 4 % 4) уменьшился на 4 %

11. Повторный счет при определении ВВП возникает при сложении:

- 1) прироста запасов в мукомольной и в пекарной промышленности;
2) производства железной руды и чугуна;
3) добавленной стоимости, созданной в пекарной промышленности и в ее торговой сети;
4) общего объема купленных потребительских товаров и средств производства.

12. Какие из перечисленных агрегатных величин не используются при определении объема национального дохода?

- 1) прибыль корпорации; 2) государственные трансфертные платежи;
3) рентный доход; 4) зарплата и жалованье.

13. Национальный доход - это:

- 1) инвестиции минус сбережения;
2) стоимость предметов длительного пользования и услуг;
3) личный доход плюс индивидуальные налоги минус чистые субсидии государственным фирмам;
4) рента, зарплата, процент на капитал, доходы от собственности и прибыль корпораций.

14. Предположим, что ВВП увеличился с 500 млрд. долл. до 600 млрд. долл., а дефлятор ВВП со 125 до 150. При таких условиях величина реального ВВП:

- 1) не изменится; 2) увеличится;
3) уменьшится; 4) не может быть рассчитана на основе имеющихся данных

Тема 10. Макроэкономический анализ совокупного спроса и совокупного предложения.

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Совокупный спрос и его компоненты. Величина совокупного спроса. Факторы, воздействующие на совокупный спрос.
2. Совокупное предложение. Факторы, влияющие на совокупное предложение.
3. Макроэкономическое равновесие совокупного спроса и совокупного предложения.

4. Равновесие в кейнсианской модели («Кейнсианский крест»). Эффект мультипликатора.

Практико-ориентированные задания

1. Решение заданий в тестовой форме
2. Темы докладов: 1. Развитие макроэкономических теорий классического направления. 2. Развитие экономических теорий кейнсианского направления. 3. Политические дискуссии о проблемах российской экономики как проявление теоретических разногласий макроэкономических школ.

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, доклад, контрольная работа

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

1. Кривая совокупного предложения выражает отношение между:
 - 1) уровнем цен и потребляемым объемом ВВП в реальном выражении;
 - 2) уровнем цен и произведенными объемами ВВП в реальном выражении;
 - 3) уровнем цен, по которым производители желают продавать, а покупатели - покупать товары;
 - 4) потребленным и произведенным объемом ВВП в реальном выражении;
 - 5) все предыдущие ответы неверны.
2. Кривая совокупного спроса выражает отношение между:
 - 1) уровнем цен и совокупными расходами на покупку товаров и услуг,
 - 2) уровнем цен и произведенным ВВП в реальном выражении;
 - 3) уровнем цен, который признают покупатели, и уровнем цен, который удовлетворяет продавцов;
 - 4) объемами произведенного и потребленного ВВП в реальном выражении;
 - 5) все предыдущие ответы неверны.
3. В краткосрочном периоде увеличение потребительского и инвестиционного спроса за счет развития и повышения стабильности банковской системы позволяет ...
 - 1) увеличить объем национального производства;
 - 2) снизить объем национального производства;
 - 3) повысить общий уровень цен
 - 4) снизить общий уровень цен
4. Предельная склонность к сбережению составляет 0,2. Величина мультипликатора автономных расходов составит ...

1) 0,5; 2) 1,25; 3) 20; 4) 10; 5) 5
5. Инвестиции, осуществляемые с целью восстановления изношенного капитала, называют
 - 1) инвестициями в модернизацию (реновацию)

- 2) портфельными инвестициями
- 3) индуцированными инвестициями
- 4) инвестициями в жилищное строительство

6. Согласно кейнсианской теории:

- 1) рыночный механизм гарантирует равновесное состояние экономики;
- 2) при постоянных ценах нет уверенности, что рыночный механизм обеспечит равновесие дохода и производства в условиях полной занятости;
- 3) совокупный спрос должен регулироваться, чтобы экономика достигла желаемого уровня равновесия дохода и производства;
- 4) все предыдущие ответы верны;
- 5) верны только ответы 2) и 3)

7. Если налоги на предпринимательство растут, то:

- 1) совокупный спрос сокращается, а объем совокупного предложения не меняется;
- 2) совокупное предложение сокращается, а объем совокупного спроса не меняется;
- 3) сокращается совокупный спрос и совокупное предложение;
- 4) растут совокупный спрос и совокупное предложение;
- 5) все предыдущие ответы верны.

8. Если величина потребительских расходов составляет 9000, тогда как располагаемый доход равен 10000, то предельная склонность к потреблению равна:

- 1) 0,1 ; 2) 0,9 ; 3) 9,0; 4) $10/9$; 5) является неопределенной величиной

Тема 12. Макроэкономическая нестабильность: цикличность, безработица, инфляция.

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Экономический цикл и его фазы. Характеристика фаз цикла.
2. Виды и причины экономического цикла.
3. Понятие безработицы. Уровень безработицы. Виды безработицы. Естественный уровень безработицы.
4. Последствия безработицы: неэкономические и экономические. Закон Оукена. Государственная политика по борьбе с безработицей.
5. Понятие инфляции. Причины инфляции. Инфляция спроса и инфляция издержек. Инфляционная спираль.
6. Последствия и издержки инфляции. Взаимосвязь инфляции и безработицы. Кривая Филлипса.

Практико-ориентированные задания

1. Решение заданий в тестовой форме

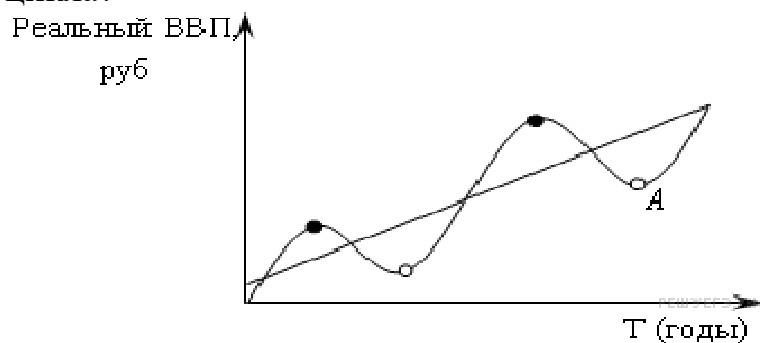
2. Темы докладов: 1. Истоки и развитие экономического кризиса в России (2000-2010 гг.). 2. Циклы Китчина. 3. Циклы Жуглара. 4. Циклы С. Кузнеца. 5. Теория циклов Н.Кондратьева. 6. Циклы Форестера. 7. Циклы Тоффлера
3. Эссе на тему: «Особенности влияния современного кризиса на жизнь россиян»

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, доклад.

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

1. Какой ситуации соответствует положение точки *A* на графике экономического цикла?



1) низкая безработица;	2) открытие новых предприятий;
3) банкротство предприятий;	4) эффективное использование ресурсов

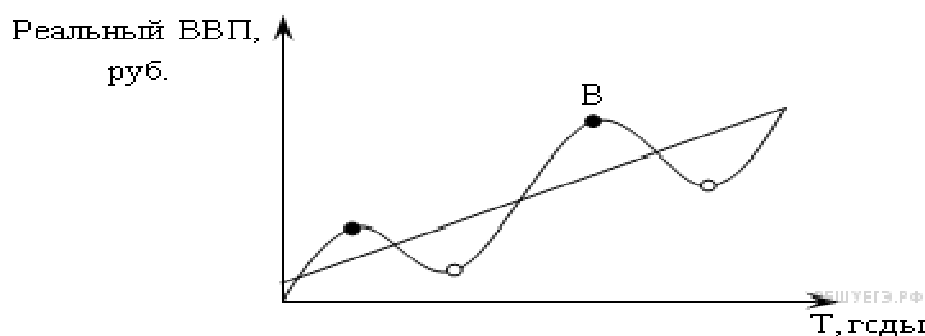
2. Фазы промышленного цикла:

- 1) бум, подъем, оживление и рост экономики;
- 2) депрессия, спад, падение деловой активности;
- 3) кризис, депрессия, оживление, подъем;
- 4) подъем, кризис, оживление, спад;
- 5) нет верного ответа

3. Циклический характер развития экономики проявляется:

- 1) в колебаниях экономической конъюнктуры, имеющих периодический характер;
- 2) в периодических спадах деловой активности;
- 3) в падении процентной ставки;
- 4) верные ответы 1) и 3)

4. Какой ситуации соответствует положение точки *B* на графике экономического цикла:



1) высокая инфляция;	2) высокая безработица;
3) падение курса акций;	4) банкротство предприятий

5. Цикличность экономического развития выражает:

- 1) характер государственного регулирования национальной экономики;
- 2) движение экономической системы в рамках перехода от депрессии к оживлению и обратно;
- 3) периодичность повторяющихся нарушений макроэкономического равновесия;
- 4) последовательность смены фаз цикла;
- 5) верные ответы 2) и 3)

6. Показатели, которые могут быть использованы для характеристики экономического цикла:

- 1) объем производства, продаж и товарных запасов;
- 2) объем издержек общественного производства;
- 3) курс ценных бумаг, ставки процента;
- 4) дефицит бюджета.
- 5) верные ответы 1) и 2)

7. Основоположник теории «длинных циклов экономической конъюнктуры»:

1) К. Маркс;	2) Н.Д. Кондратьев;	3) А. Курно;
4) Д. Рикардо;	5) А. Маршалл	6) Дж. М. Кейнс

8. Циклический характер экономического развития характерен для:

1) рыночной экономики;	2) традиционной экономики;
3) централизованной экономики;	4) смешанной экономики
5) все ответы неверны	6) верны 1) и 4)

Задачи «Безработица»

Задача 1. Определите статус лиц, перечисленных ниже, с точки зрения их соотношения к занятости и рабочей силе, если они классифицируются следующим образом: занятые (З); безработные (Б); не включаемые в состав рабочей силы (Н)

- а) Работник, уволенный по собственному желанию.

- б) Работник, переведенный на режим работы неполного рабочего дня.
- в) Учитель, который по состоянию здоровья больше не может работать.
- г) Уволенный рабочий, который в течение длительного периода времени не мог найти работу и поэтому прекратил ее поиски.
- д) Студент, который учится на дневном отделении учебного заведения.
- е) Автомеханик, который учится на вечернем отделении учебного заведения.

Задача 2. В таблице представлены данные о трудовых ресурсах и занятости в первом и пятом году рассматриваемого периода (в тыс. чел.).

	Первый год	Пятый год
Рабочая сила	84 889	95 453
Занятые	80 796	87 524
Безработные		
Уровень занятости (%)		

- а) Рассчитайте безработных и уровень безработицы в первом и пятом году рассматриваемого периода.
- б) Как объяснить одновременный рост занятости и безработицы?
- в) Можно ли утверждать, что в пятом году рассматриваемого периода существовала полная занятость?

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

1. Представим, что имеется 2300 занятых людей в экономике и 200 безработных. Предположим далее, что 23% из числа безработных находят работу в течение месяца и 2 % лишаются своей работы. Устойчивый уровень безработицы при этом будет равен:

- 1) 8%; 2) 4%; 3) 5%; 4) 4,5%; 5) 8,7%

2. Все следующее является причиной фрикционной безработицы, кроме:

- 1) в экономике наблюдается сокращение спроса
- 2) отдельные предприятия закрываются в виду неэкономичности
- 3) работник желает поменять профессию;
- 4) девушка получила высокооплачиваемую работу;
- 5) молодой человек впервые ищет работу.

3. Какой вид безработицы будет вызван следующей причиной спада занятости: Рост использования компьютеров в торговых организациях ведет к рационализации конторского труда.

- 1) структурная; 2) сезонная; 3) конъюнктурная;
4) секторальная; 5) фрикционная (текучая); 6) циклическая

4. Естественный уровень безработицы определяется:

- 1) законодательными актами государства;
- 2) суммой структурной и циклической безработицы.

- 3) суммой фрикционной и структурной безработицы.
- 4) отсутствием безработных в экономике.
- 5) регулированием фирмами уровня зарплаты.

5. При достижении полной занятости:

- 1) каждый трудоспособный может найти работу по устраивающей его ставке зарплаты;
- 2) может существовать естественная безработица;
- 3) может существовать конъюнктурная безработица;
- 4) может существовать циклическая безработица;
- 5) предложение труда не увеличивается даже при повышении реальной ставки зарплаты

6. В коротком периоде при повышении уровня цен занятость возрастет, если:

- 1) рост номинальной зарплаты отстает от роста уровня цен;
- 2) повышается реальная ставка зарплаты;
- 3) рост реальной ставки зарплаты отстает от роста средней производительности труда;
- 4) рабочие не подвержены денежным иллюзиям
- 5) отсутствует конкуренция на рынке труда

7. Экономика описывается следующими данными: естественный уровень безработицы равен 6%, фактический уровень безработицы равен 7,33%. Коэффициент чувствительности ВВП к динамике циклической безработицы равен 3. Какова величина относительного отставания фактического ВВП от потенциального?

- 1) 3%; 2) 4%; 3) 5% ; 4) 6%; 5) 7%

8 . "Отчаявшиеся" работники, которые хотели бы работать, но прекратили поиск рабочего места:

- 1) учитываются в величине фрикционной безработицы;
- 2) учитываются в величине безработицы ожидания;
- 3) более не учитываются в составе рабочей силы;
- 4) получают пособие в соответствии с законодательством о минимальной заработной плате;
- 5) учитываются в величине структурной безработицы

9. Естественный уровень безработицы равен 6%, фактический равен 18%. Определите циклическую безработицу:

- 1) 12%; 2) 13%; 3) 12%.; 4) 3%; 5) 24%.

Задачи «Инфляция»

Задача 1. В стране А потребляется только 3 вида товаров, указанных в таблице. Используя данные, приведенные в таблице, рассчитайте индекс потребительских цен для страны А.

	Потребление в 1-й период	Цена в 1-й период	Потребление во второй период	Цена во 2-й период
Хлеб	150	2	200	1
Автомобили	50	10	25	10
Скульптуры	4	100	4	200

Задача 2. При каком годовом уровне инфляции определенно не стоит вкладывать свои сбережения в банк, если известно, что, вложив в банк 1 000 рублей, через год можно получить 1 080 рублей?

Задача 3. Столяр подрядился сделать работу в течение месяца за 2000 рублей. Оплата в конце месяца. Определите “инфляционный налог” при инфляции 5% в месяц.

Задача 4. В небольшом городке должны были выплатить зарплату учителям 1 сентября, но задержали ее на 3 месяца. Инфляция составила в сентябре 2%, в октябре - 1% и в ноябре - 3%. На сколько процентов “похудела” задержанная заработная в реальном исчислении?

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

1. В качестве показателя инфляции в стране обычно используется:

- 1) индекс внешней торговли;
- 2) валютный курс;
- 3) количество денег в обращении;
- 4) индекс потребительских цен.

2. Если повышение общего уровня цен в экономике вызвано ростом цен на энергоносители, то это явление называется:

- 1) инфляцией спроса;
- 2) инфляцией затрат(предложения);
- 3) дефляцией;
- 4) гиперинфляцией.

3. Ожидается, что темп прироста денежной массы в экономике составит 6%, а скорость обращения денег увеличится на 1%. Предполагается, что темп прироста реального объема производства составит 2%. При этом ожидаемый уровень инфляции составит:

- 1) 5%;
- 2) 6%;
- 3) 7% ;
- 4) 8%;
- 5) 9%

4. Что из перечисленного ниже вызывает инфляцию спроса?

- 1) рост цен на сырье;
- 2) рост процентной ставки;
- 3) рост государственных расходов;
- 4) снижение инвестиций;
- 5) повышение заработной платы на работающих предприятиях

5. Ежегодная норма инфляции 12%, Вы одолжили сегодня 100 дол., а через год хотите получить реальные 105 дол. Какую номинальную процентную ставку вы должны назначить для этого?

- 1) 17; 2) 12; 3) 13,3; 4) 5; 5) 17,6

5. Что из перечисленного не имеет отношения к инфляции, обусловленной ростом издержек производства:

- 1) сокращение предложения; 2) рост процентной ставки;
3) догоняющий рост заработной платы; 4) рост занятости и производства
5) рост стоимости на единицу продукции

6. Кривая Филлипса показывает:

- 1) обратную связь между реальной и номинальной заработной платой;
2) обратную связь между темпом инфляции и уровнем безработицы;
3) прямую связь между темпом инфляции и номинальной заработной платой;
4) прямую связь между реальной заработной платой и уровнем безработицы;
5) прямую связь между реальной заработной платой и темпом инфляции

7. Непредвиденная инфляция обычно сопровождается:

- 1) перераспределением богатства и дохода
2) отсутствием экономического ущерба
3) снижением эффективности экономики
4) увеличением эффективности экономики
5) верны ответы 1) и 3)

8. Один из эффектов неожиданной инфляции состоит в том, что богатство перераспределяется:

- 1) от кредиторов к заемщикам; 2) от заемщиков к кредиторам;
3) от молодых людей к старым; 4) от государства к фирмам;
5) от фирм к государству

9. ИПЦ в 2012 году составил 120 %, а в 2014 году - 150 %. Каков темп инфляции между этими годами?

- 1) 125 %; 2) 25 %; 3) 80 %; 4) 20 %; 5) 30%

10. Спад производства, депрессия, сопровождающиеся большой безработицей и аномально высоким уровнем инфляции - это:

- 1) ожидаемая инфляция; 2) дефляция; 3) стагнация;
4) стагфляция; 5) скрытая инфляция.

Тема 13. Государственное регулирование экономики. Социальная политика в рыночной экономике

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Основные направления экономической деятельности государства. Экономические функции государства.
2. Инструменты (методы) государственного регулирования экономики.
3. Сущность и основные направления социальной политики государства.
4. Индикаторы эффективности социальной политики государства. Показатели благосостояния населения

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и заданий в тестовой форме
2. Эссе на тему «Эффективность социальной политики российского правительства»

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, дискуссия.

Задачи по теме: «Государственное регулирование экономики. Социальная политика государства»

Задача 1. Перед вами таблица, показывающая распределение общего объема денежных доходов населения. Внимательно изучите ее и выполните следующие задания:

Период	1	2	3	4	5	6
Денежные доходы (в совокупности)	100	100	100	100	100	100
В том числе по 20-процентным группам населения:						
Первая группа (с наименьшими доходами)	9,4	7,5	5,8	5,3	5,8	6,5
Вторая группа	14,0	12,6	11,1	10,2	10,4	10,9
Третья группа	17,9	17,4	16,7	15,2	15,2	15,5
Четвертая группа	22,8	23,0	24,8	23,0	22,2	22,4
Пятая группа (с наивысшими доходами)	35,9	39,1	41,6	46,3	46,4	44,7

А) используя данные таблицы, ответьте на вопрос: какие тенденции в распределении доходов наблюдались в период с первого по шестой. Увеличилась или осталась на неизменном уровне дифференциация доходов населения? Б) По данным приведенным в таблице постройте кривую Лоренца за первый и последний периоды. Какой вывод вы можете сделать на основе сравнения этих диаграмм?

Задача 2. В стране Справедливии доходы населения за последний год распределены следующим образом:

Группы домохозяйств	Доля в общей численности населения, %	Сумма доходов, млн. долл. в год
1-я - беднейшие	20	200
2-я бедные	20	300

3-я почти средний класс	20	500
4-я средний класс	20	1000
5-я самые богатые	20	2000

Правительство Справедливии считает такое распределение доходов крайне неравномерным. Оно предпринимает следующую меру: в качестве подоходного налога взимает с пятой группы населения («самые богатые») 30% их годового дохода, и полученную сумму выплачивает в равных долях представителям первой, второй и третьей групп в качестве трансфертов (пенсий, пособий, материальной помощи, субсидий на строительство жилья и т.д.). Постройте кривую Лоренца для Справедливии до и после взимания налогов и выплаты трансфертов.

Задания в тестовой форме

(на каждый вопрос есть только один правильный ответ)

1. Что из перечисленного ниже лучше всего отражает понятие “государство в экономике”?

- 1) совокупность законодательных, исполнительных и судебных органов, действующих на всех территориальных уровнях управления;
- 2) совокупность законодательных, исполнительных и судебных органов, действующих на федеральном уровне управления;
- 3) совокупность природных, трудовых и капитальных ресурсов, имеющих на территории данной страны;
- 4) совокупность природных, трудовых и капитальных ресурсов, принадлежащих жителям данной страны.

2. Государственное вмешательство в работу рыночного механизма связано с необходимостью:

- 1) сбора налогов и перераспределения доходов;
- 2) проведения антимонопольной политики;
- 3) производства общественных благ;
- 4) все перечисленное выше.

3. С экономической точки зрения, какой из следующих подходов к борьбе с загрязнением окружающей Среды наиболее эффективен?

- 1) увеличивать капиталовложения в природоохранные мероприятия до тех пор, пока дополнительные выгоды превосходят дополнительные потери.
- 2) создать условия для стимулирования любой деятельности, направленной на сокращение вреда от загрязнения окружающей Среды.
- 3) внедрить действенную систему штрафов руководящих работников тех предприятий, которые наносят вред окружающей среде;
- 4) использовать все возможные ресурсы для сокращения вреда, наносимого природе - основному ограниченному фактору производства, невозполнимому достоянию всего человечества.

4. Чистое общественное благо - это:

- 1) такое благо, которое потребляется коллективно всеми людьми независимо от того, платят они за него или нет;
- 2) такое благо, производство которого очень прибыльно и в силу этого выгодно частным фирмам;
- 3) такое благо, которое можно приобрести только за деньги;
- 4) такое благо, которое может быть произведено только при коммунизме.

5. Одной из черт рыночной системы является то, что:

- 1) она отражает общественные издержки, а не общественную выгоду;
- 2) она отражает общественную выгоду, а не общественные издержки;
- 3) она отражает и общественные издержки, и общественную выгоду;
- 4) она, возможно, отражает не все общественные издержки и не всю общественную выгоду.

6. Что из нижеперечисленного является общественным благом?

- 1) хлеб; 2) бензин; 3) уличный фонарь; 4) электричка “Курск-Белгород”

7. Что из перечисленного является внешним эффектом?

- 1) раздражение от фабричного задымления;
- 2) заражение воды, вызванное утечкой нефти;
- 3) разрушение ландшафта земляного покрова из-за открытых карьерных разработок полезных ископаемых;
- 4) все вышеперечисленное - внешние эффекты.

Тема 14. Бюджетно-налоговая политика

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Понятие налога. Налоговая система. Принципы налогообложения.
2. Виды налогов. Прямые и косвенные налоги. Системы налогообложения: пропорциональный, прогрессивный и регрессивный налоги. Кривая Лаффера.
3. Понятие государственного бюджета. Дефицит государственного бюджета и методы его финансирования. Государственный долг и его виды.
4. Понятие фискальной политики, ее цели и инструменты. Воздействие инструментов фискальной политики на экономику.

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и заданий в тестовой форме
2. Темы докладов: 1. Проблемы налогообложения в российской экономике 2. Бюджетная система Российской Федерации. 3. Бюджетная политика российского правительства. 4. Внешний и внутренний долг России.

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, доклад.

Задачи по теме «Бюджетно-налоговая политика»

Задача 1. Подсчитайте налог на добавленную стоимость, выплачиваемый фирмой при ставке НДС равной 12%, если затраты фирмы составили: - расходы

на заработную плату - 170 денежных единиц; - амортизация - 30 денежных единиц; - стоимость покупных материалов и услуг (включая НДС) - 20 денежных единиц. Других затрат нет, а разница между выручкой продавца и затратами на производство равна 30 денежным единицам.

Задача 2. Перед Вами фрагмент шкалы подоходного налога:

Сумма налога, руб.	Доход, руб.
0	1000
50	1500
100	2000
200	3000

На основании приведенных данных определите ставку налогообложения, вид налога и механизм налогообложения.

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

1. Определите прямой налог:

1) налог с оборота;	2) налог на наследование;
3) налог на добавленную стоимость;	4) таможенные пошлины.

2. Определите косвенный налог:

1) налог на прибыль;	2) инфляционный налог;
3) налоги на доходы от собственности;	4) акцизные сборы.

3. Предположим, что правительство России облагает производителей шампанского налогом в размере 90% от стоимости каждой бутылки этого напитка. Производители увеличивают цену реализуемой продукции на величину налога. Кто в результате оплачивает этот налог?

1) заводы-производители шампанских вин;	2) правительство;
3) российские налогоплательщики в целом;	4) покупатели шампанского.

5. Дефицит государственного бюджета может финансироваться путем:

- 1) размещением государственных ценных бумаг;
- 2) эмиссии денег;
- 3) получения кредита у Международного валютного фонда;
- 4) все перечисленное выше верно.

6. Кривая Лаффера показывает связь между:

- а) количеством семей (в процентном выражении) - получателей дохода - и частью совокупного дохода (в процентном отношении), получаемой этим количеством семей;
- б) размерами дефицита государственного бюджета и темпом инфляции в стране;
- в) налоговыми ставками и объемом налоговых поступлений;
- г) размерами теневой экономики и величиной бюджетного дефицита.

7. Введение в стране импортной пошлины способствует...

- а) повышению выигрыша отечественных производителей и снижению выигрыша отечественных потребителей;
- б) повышению выигрыша отечественных потребителей и снижению выигрыша отечественных производителей;
- в) повышению выигрыша отечественных потребителей и повышению выигрыша отечественных производителей;
- г) снижению выигрыша отечественных потребителей и снижению выигрыша отечественных производителей.

8. Какая из перечисленных ниже мер не относится к мерам фискальной политики?

- а) отмена налога на прибыль;
- б) изменение шкалы индивидуального подоходного налога;
- в) снижение учетной ставки;
- г) рост государственных расходов на образование.

9. В результате введения нового акцизного налога на товар X:

- 1) измениться только предложение товара X;
- 2) измениться только спрос на товар X;
- 3) изменятся и спрос, и предложение товара X;
- 4) спрос и предложение товара X не изменятся.

Тема 15. Денежно-кредитная система **Теоретические вопросы к обсуждению:**

- 1. Деньги: их происхождение и сущность. Функции денег. Виды денег. Денежные агрегаты.
- 2. Банковская система и ее структура. Центральный банк и его функции.
- 3. Коммерческие банки и их операции. Резервы коммерческих банков.
- 4. Монетарная политика: ее сущность, цели и инструменты. Виды монетарной политики. Воздействие монетарной политики на экономику.

Практико-ориентированные задания

- 1. Решение задач и заданий в тестовой форме
- 2. Темы докладов: 1. Развитие банковской системы России. 2. Монетарная политика правительства России на современном этапе.

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, доклад.

Задачи по теме «Денежно-кредитная система»

Задача 1. Сколько нужно положить в банк под 7% годовых, чтобы выплачивать владельцу ренту в 200 тыс. рублей в год, а сумма на счете в банке была бы неизменной?

Задача 2. Договаривающиеся стороны считают эквивалентными 10 000 долл. сейчас и 20 736 долл. через 4 года. Найдите ставку дисконтирования.

Задания в тестовой форме

(в каждом варианте только один правильный ответ).

1. Если ЦБ принимает решение увеличить предложение денег, он может:

- 1) увеличить учетную ставку;
- 2) осуществить продажу государственных облигаций на открытом рынке;
- 3) уменьшить норму обязательных резервов;
- 4) все перечисленное верно.

2. Что из перечисленного не относится к инструментам кредитно-денежной политики:

- 1) изменение нормы обязательных резервов;
- 2) изменение налоговых ставок;
- 3) изменение ставки рефинансирования;
- 4) операции на открытом рынке ?

3. Депозиты коммерческих банков равняются 4 млрд. долл. Норма обязательных резервов составляет 25%. Если ЦБ решит снизить обязательную норму резервирования до 20%, на какую величину может увеличиться предложение денег:

- 1) на 0,8 млрд. долл.;
- 2) на 1 млрд. долл.;
- 3) на 0,2 млрд. долл.;
- 4) на 0,4 млрд. долл.

4. Депозитный мультипликатор (он же кредитный мультипликатор):

- 1) увеличивается с ростом нормы банковского резерва;
- 2) уменьшается с ростом нормы банковского резерва;
- 3) увеличивается с ростом денежной массы;
- 4) не влияет на изменение денежной массы при изъятии наличных денег из обращения.

8. Какое из приведенных ниже определений лучше всего отражает сущность монетарной политики?

- 1) монетарная политика - это решения ЦБ страны в отношении того, сколько новых денег необходимо напечатать в течение календарного года;
- 2) монетарная политика - это действия ЦБ страны, направленная на регулирование курса национальной валюты;
- 3) монетарная политика - это действия ЦБ страны по изменению предложения денег и доступности кредита, предпринимаемые с целью поддержания стабильности цен, обеспечения полной занятости и целесообразных темпов экономического роста;
- 4) монетарная политика - это меры по регулированию государством величины своих расходов и\или доходов, применяемые с целью поддержания стабильности цен, обеспечения полной занятости и целесообразных темпов экономического роста.

9. Сдерживающая кредитно-денежная политика заключается в:

- 1) покупке государственных ценных бумаг и росте нормы обязательных резервов;
- 2) продаже государственных ценных бумаг и росте нормы обязательных резервов;
- 3) покупке государственных ценных бумаг и снижения нормы обязательных резервов;
- 4) продаже государственных ценных бумаг и снижения нормы обязательных резервов.

10. Банк предлагает начисление 2% по вкладу ежемесячно по схеме сложного процента. За год вложенная в этот банк сумма увеличится на....

- 1) 24%; 2) 26,8%; 3) 92,4%; 4) 124%

Тема 16. Мировая экономика

Теоретические вопросы к обсуждению:

1. Общая характеристика мирового хозяйства. Международная торговля: сравнительные преимущества и протекционизм.
2. Внешнеэкономическая политика государства и ее инструменты.
3. Платежный баланс и его макроэкономическое значение.
4. Валютные отношения и валютные системы. Валютный курс и его регулирование.

Практико-ориентированные задания

1. Решение задач и заданий в тестовой форме
2. Эссе на тему: «Проблемы вхождения России в мировое экономическое пространство»

Формы контроля, оценочные средства: фронтальный опрос, круглый стол, дискуссия.

Задачи по теме: «Мировая экономика»

Задача 1. Предположим, что две страны А и Б производят два товара - велосипеды и теннисные ракетки, обе страны используют одинаковую валюту. В таблице показаны затраты труда на производство двух товаров в странах А и Б.

	Затраты труда на ед. продукции(час)	Затраты труда на ед. продукции(час)
	Страна А	Страна Б
Велосипеды	60	120
Ракетки	30	40

- а) какая страна обладает абсолютным преимуществом в производстве обоих товаров?
- б) рассчитайте для каждой страны альтернативные издержки производства велосипедов, выраженные в ракетках, и альтернативные издержки производства ракеток, выраженные в велосипедах
- в) какая страна обладает сравнительным преимуществом в производстве велосипедов?

г) Предположим, что международная торговля отсутствует. Каждая страна имеет 300 работников, занятых 40 часов в неделю. Первоначально в каждой стране половина работников занята в производстве велосипедов, а другая половина - в производстве теннисных ракеток.

Рассчитайте объемы производства велосипедов и ракеток в каждой стране.

д) Теперь предположим, что начался процесс международной торговли.

Страновая специализация осуществляется следующим образом: страна, обладающая сравнительным преимуществом в производстве теннисных ракеток выпускает только ракетки, а другая страна производит велосипеды на уровне суммарного объема производства, имевшего место при отсутствии торговли, направляя оставшиеся ресурсы на выпуск ракеток.

Рассчитайте объем производства велосипедов и ракеток в каждой стране и покажите какие выгоды могут иметь обе страны от международной торговли.

е) Начертите КПВ каждой страны.

Задача 2. Рассчитайте цену магнитофона в долларах, если евро в долларах упала с 50 до 45 центов за одно евро, а цена магнитофона продаваемого в Германии - 150 евро.

Задания в тестовой форме

(в каждом вопросе только один правильный ответ)

1. Что такое платежный баланс:

- 1) систематизированная запись итогов всех сделок между резидентами данной страны и остальными странами;
- 2) систематизированная запись итогов всех сделок между резидентами данной страны;
- 3) систематизированная запись итогов всех сделок между нерезидентами данной страны;
- 4) баланс текущих операций;
- 5) все ответы верны

2. Какая из следующих форм торговых барьеров не является существенным препятствием для свободной торговли:

- 1) импортный тариф;
- 2) добровольные экспортные ограничения;
- 3) лицензии на экспорт и импорт;
- 4) импортная квота;
- 5) нет верного ответа

3. Сторонники протекционизма утверждают, что пошлины, квоты, и другие торговые барьеры необходимы для:

- 1) защиты молодых отраслей от иностранной конкуренции;
- 2) увеличения внутренней занятости;
- 3) предотвращения демпинга;
- 4) обеспечения обороны страны;
- 5) все ответы верны

4. Принцип сравнительного преимущества впервые сформулировал:

- 1) Смит;
- 2) Рикардо;
- 3) Кенэ;
- 4) Маркс;
- 5) Кейнс

5. Что из ниже перечисленного способствует повышению обменного курса национальной валюты (при прочих равных условиях):

- 1) снижение процентных ставок в данной стране;
- 2) повышение процентных ставок за рубежом;
- 3) повышение в данной стране уровня цен;
- 4) повышение в данной стране уровня производительности труда;
- 5) повышение в данной стране ставок номинальной заработной платы

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине Этические нормы при создании рекламного и ПР-продукта

Тема Профессиональная этика как наука и проблема практики.

Задания (тесты, вопросы семинарского занятия, ситуационные задачи, задания для письменных работ, расчетов и т.д.)

1. Этика и ее объект изучения - мораль
2. Соотношение понятий «этика», «мораль», «нравственность».
3. Профессиональная этика как наука о профессиональной морали.

Как появилось понятие «этика» и что оно обозначает?

Как связаны между собой мораль и этика?

Что такое «нормативная этика»? Ответив себе устно на эти вопросы, изобразите отношения морали и этики графически, в виде схемы.

Тема Зарождение и развитие профессиональной морали журналистского сообщества

1. Определение понятия мораль
2. Истоки появления профессиональной морали
3. «Клятва Гиппократ» как первый свод профессиональных моральных норм
4. Профессионально-этические нормы журналистов

Как появилось понятие «этика» и что оно обозначает?

Как связаны между собой мораль и этика?

Что такое «нормативная этика»? Ответив себе устно на эти вопросы, изобразите отношения морали и этики графически, в виде схемы.

Тема Состояние профессиональной этики как науки в настоящий момент.

1. Этические категории «добро» и «зло», «благо».
2. Этические категории «совесть», «долг».
3. Этические категории «честь» и «достоинство».
4. Этические категории «смысл жизни» и «нравственный идеал», «счастье».
5. Этические категории «справедливость», «нравственность», «нравственная справедливость».
6. Профессионально-этические компоненты деятельности ПР специалиста.

Что общего и в чем различия между понятиями «профессиональная мораль» и «профессиональная этика»?

Изложите письменно свой взгляд на профессиональную мораль и раскройте основные значения понятия «профессиональная этика».

Тема Профессионально-этическое сознание как носитель корпоративного опыта

1. Возникновение и формирование профессионального сознания
2. Понятие о профессиональном сознании трудовой группы, его структуре и формах
3. Место и роль нравственных представлений в профессиональном сознании профессионального сообщества.

Тема Взаимодействие профессионального сознания группы и индивидуального сознания .

1. Индивидуальное сознание и профессиональная мораль: проблемы выбора.
2. Профессиональная ответственность и профессиональная совесть

Вспомните, какое место занимает в общественном сознании моральное сознание.

Какую роль оно играет по отношению к сознанию профессиональному?

Как соотносятся объем профессионального сознания трудовой группы и объем индивидуального сознания профессионала?

Какое место занимают в профессиональном сознании журналиста профессионально-нравственные представления, в каких формах они существуют и какую роль выполняют?

Тема Базовые профессионально-этические принципы.

Возможности средств массовой информации в современных условиях и ответственность за их использование. Различия в целях деятельности журналиста и PR специалиста. Публик рилейшенз и идеология, имедж компании и нравственные стандарты общества. Влияние крупных корпораций на средства массовой информации, допустимые пределы и нравственные критерии. Средства массовой информации на службе

правительства. Журналистская этика и этика PR : аспекты взаимодействия.

Тема Социальная действительность как источник этических коллизий в профессиональной деятельности .

1. PR в политике и моральные критерии PR деятельности.
2. Этика бизнеса и PR в коммерческой деятельности.
3. Нравственные ограничения рекламы.
4. Средства массовой информации и этические стандарты деятельности PR специалиста.
5. Глобальное человечество: нравственные особенности разных культур и условия адаптации к ним PR специалиста.
6. Правила этикета, стратегии успеха, влияние и нравственные ограничения.

Тема Кодексы профессиональной этики в рекламе и ПР.

Задания (тесты, вопросы семинарского занятия, ситуационные задачи, задания для письменных работ, расчетов и т.д.)

1. Международные кодексы профессиональной этики рекламы.
2. Международные кодексы профессиональной этики СО
3. Корпоративные кодексы Рекламной и ПР- деятельности.
4. Российские кодексы профессиональной этики ПР.
5. Российские кодексы профессиональной этики рекламы.

История создания кодексов этики в различных странах.

Органы этического контроля в рекламном и ПР сообществе.

Тест Этические нормы при создании рекламного и PR-продукта

Курс _____, группа _____

Фамилия И.О. _____

« _____ » _____ 20 г

1. Какое из понятий не входит в структуру профессиональной этики

- а) принципы
- б) нормы
- в) долг
- г) профессиональное образование образование

2. Что не является этическим документом

- а) кодекс
- б) декларация
- в) финансовая ведомость
- г) распорядок работы редакции

3. Первый международный кодекс рекламной деятельности был принят:

- а) в 1923 году
- б) в 1926 году
- в) в 1928 году
- г) в 1937 году

4. Первый международный кодекс PR - деятельности был принят:

- а) в 1961 году
- б) в 1970 году
- в) в 1982 году
- г) в 1991 году

5. Первая международная ассоциация « Паблик Рилейшнз» появилась:

- А)в 1926 году
- б) в 1938 году
- в) в 1939 году
- г) в 1949 году

6. Предпочтение собственных интересов интересам других – это ...

- а) эгоизм
- б)идеализм
- в) материализм
- г) формализм

7. Нравственная этика — это...

- а) учение о том, как должен поступать человек...
- б) учение о закономерностях развития общества
- в) учение о законах бытия
- г) учение о нравственной морали

8. Профессиональная этика имеет значение, прежде всего для профессий, объектом которых является ...

- а) право
- б)государство
- в) человек
- г) культура

9. Латинское слово «moralis» в переводе на русский язык означает ...

- а) справедливость
- б) ценность
- в) нравственность
- г) гуманизм

10. . Какие международные этико-правовые документы прямо касаются этики рекламы и пр:

- а) Международный кодекс рекламной практики
- б) Кодекс ИПРА.
- в) Кодекс СЕРП.
- г) Афинский кодекс

11. Уникальность профессиональной этики журналиста обусловлена

- а) направленностью на человека
- б) большими заработками
- в) использованием новейших технологий
- г) обслуживанием владельцев СМИ

12. Что не является этическим документом

- а) кодекс
- б) декларация
- в) финансовая ведомость

13. Причинами появления «этики социальной ответственности» были:

- а) критика либерального подхода к этике
- б) требования власти
- в) Вторая мировая война
- г) появление электронных СМИ

14. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:

- а) Правительство РФ;
- б) федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;
- в) органы внутренних дел.

15. Психологическая роль рекламы обусловлена тем, что реклама:

- а) принимает активное участие в формировании системы оценки человека окружающей среды и самооценки, характера реакций на различные раздражители;
- б) является зеркалом тенденций в моде и дизайне, вносит вклад в наши эстетические представления;
- в) способствует повышению жизненного уровня населения, формирует культурный, правовой и экономический менталитет каждого члена общества;
- г) ускоряет адаптацию нового и не опробованного товара, а также процесс достижений научно технического прогресса в реальную жизнь.

16. Категории этики представляют собой ...

- а) общую и особенную части этической науки
- б) понятия этической науки, которые не отражают наиболее существенные элементы морали
- в) все понятия и термины этической науки

[illegible]

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине «Язык рекламы в СМИ»

1. Рекламный стиль находит применение в сфере:

- а) науки
- б) права
- в) политики
- г) рыночных отношений

2. Основными функциями рекламного стиля являются:

- а) информационная
- б) воздействующая
- в) эстетическая
- г) функция общения

3. Языковая игра – это:

- а) неосознанное нарушение правил речевого общения
- б) сознательное нарушение правил речевого общения
- в) игра по правилам речевого общения
- г) игра без правил

4. Языковое манипулирование – это:

- а) это осознаваемое адресатом воздействие на его эмоции, намерения, поведение
- б) неосознаваемое адресатом воздействие на его эмоции, намерения, поведение
- в) открытое воздействие на адресата
- г) скрытое воздействие на адресата

5. В сообщении «Дюрасел отличается от обычных батареек» создан:

- а) расширенный класс сравнения
- б) суженный класс сравнения
- в) неопределенный класс сравнения
- г) смещенный класс сравнения

6. В сообщении «Маргарин “Воймекс” как масло. Даже лучше» создан:

- а) расширенный класс сравнения
- б) суженный класс сравнения
- в) неопределенный класс сравнения
- г) смещенный класс сравнения

7. В сообщении «Молоко вдвойне вкусней, если это “Милки Уэй”» (молочно-шоколадный батончик) создан:

- а) расширенный класс сравнения;
- б) суженный класс сравнения;
- в) неопределенный класс сравнения;
- г) смещенный класс сравнения.

8. В сообщении «В нашем магазине скидки до 20 %» используется манипулятивный прием:

- а) распространение свойств части предмета на весь предмет
- б) игнорирование ограничителей
- в) игнорирование модальности сообщения
- г) перевод ассоциаций в информацию о качествах товара

9. В сообщении «Крем “Ксения” помог многим больным остеохондрозом. Он может помочь и вам» используется манипулятивный прием:

- а) распространение свойств части предмета на весь предмет
- б) игнорирование ограничителей
- в) игнорирование модальности сообщения
- г) перевод ассоциаций в информацию о качествах товара

10. Какое требование не относится к словесному товарному знаку:

- а) адекватность
- б) ассоциативность
- в) удобопроизносимость
- г) ритмичность

11. В слогане «Зубная щетка Аква Фреш (с подвижной головкой) чистит бережно. Действует с головой» используется прием:

- а) алогизм
- б) оксюморон
- в) каламбур
- г) антитеза

12. В слогане «Это (шоколадка производства фабрики “Россия”) повкуснее пистолетов» используется прием:

- а) алогизм
- б) оксюморон
- в) каламбур
- г) антитеза

13. В слогане магнитофоны ... “Обыкновенное чудо” используется прием:

- а) метафора
- б) метонимия
- в) синекдоха
- г) оксюморон

14. Какой прием трансформации фразеологизма используется в слогане «Каждый имеет “Браво” на отдых и “Браво” на труд» (“Браво” – напиток):

- а) расширение состава
- б) редукция состава
- в) контаминация
- г) замена компонента

15. Какой прием трансформации фразеологизма используется в слогане «Если у Вас нету дома...»:

- а) расширение состава
- б) редукция состава
- в) контаминация
- г) замена компонента

16. Какой (-ие) роды аргументации используется (-ются) в рекламе «Эта ткань имеет разнообразные рисунки и тона. Ее можно чистить в домашних условиях. Она сохраняет свой цвет при стирке»:

- а) эмоциональные положительные
- б) рациональные положительные
- в) рациональные отрицательные
- г) эмоциональные отрицательные

17. Какой (-ие) роды аргументации используется (-ются) в рекламе «Эта новая современная ткань имеет разнообразные рисунки и тона. Чистить ее можно только сухим способом (в химчистке)»:

- а) эмоциональные положительные
- б) рациональные положительные
- в) рациональные положительные и отрицательные
- г) эмоциональные отрицательные

18. Какой (-ие) роды аргументации используется (-ются) в рекламе «Эта новая современная ткань имеет разнообразные рисунки и тона. В платье, сшитом из этой ткани, женщина всегда будет иметь хорошее настроение, она будет нравиться окружающим...»:

- а) эмоциональные положительные
- б) рациональные положительные
- в) рациональные отрицательные
- г) эмоциональные отрицательные

19. Какому (-им) требованию (-ям) не отвечает название фирмы по установке жалюзи «Форель»:

- а) адекватности
- б) удобопроизносимости
- в) простоты
- г) краткости

20. Какому (-им) требованию (-ям) не отвечает название мебельной фирмы «Ангстрем»:

- а) адекватности
- б) удобопроизносимости
- в) краткости
- г) функциональности

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ																				

Ключ к тесту:

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ	г	аб	б	б	а	г	г	б	в	г	в	б	г	г	б	б	в	а	а	б