

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 14.06.2024 09:27:53  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bdfcf836

**Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:**

**Психология массовых коммуникаций, СЕМЕСТР 6**

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

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса	Кол-во баллов за правильный ответ
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 1. Подбор или организация события (или иного объекта спонсирования), ведение и контроль события, проведение и/или контроль рекламной и PR-кампании, гарантированное осуществление проекта с учетом интересов спонсора – это ...	1) фандрайзинг 2) попечительство 3) спонсоринг 4) меценатство 5) социальное проектирование	низкий	2,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 2. Целенаправленный систематический поиск спонсорских или иных средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержка тех или иных институтов – это ...	1) фандрайзинг 2) попечительство 3) спонсоринг 4) меценатство 5) социальное проектирование	низкий	2,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 3. Благотворительность в Великобритании берет свое начало ...	1) с Робина Гуда, грабившего богатых и отдававшего беднякам 2) с Генриха VIII, принявшего первый закон о бедных 3) с Общества фандрайзеров, создавших «Заявление по этике Совета по развитию и поддержке образования» 4) с Эшли Хейли и организации «Wells» 5) с папы Римского Антуана III, покровительствовавшего бездомным и бродягам	низкий	2,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите один правильный ответ</b>	1) гранты государственные и международные	низкий	2,0

	4. Источниками финансирования не могут выступать	2) спонсорство от государственного и частного бизнеса 3) церковь 4) волонтерские ресурсы 5) криминальные авторитеты		
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 5. Проведение различных мероприятий (аукционов, выставок, лотерей, презентаций, обедов и т.д.) с целью сбора средств называется	1) индивидуальный фандрайзинг 2) телефандрайзинг 3) почтовый фандрайзинг 4) событийный фандрайзинг 5) солофандрайзинг	низкий	2,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 6. Занимаясь спонсорской деятельностью, компании исходят из того, что эти вложения дают им следующие возможности:	1) сокрытие доходов от налоговой инспекции 2) высокая степень узнаваемости и позитивный имидж компании 3) дополнительная (в том числе скрытая) реклама 4) увеличение числа информационных поводов 5) успешный спонсоринг – предмет гордости в конкурентной среде	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 7. Правилами этического кодекса фандрайзера являются следующие принципы и ценности:	1) соблюдение общечеловеческих норм и ценностей 2) соблюдение принципа осознанного и добровольного участия в благотворительности 3) недопустимость создания новых проблем при решении существующих 4) профессиональные амбиции важнее дела 5) решение проблемы нуждающегося в помощи любой ценой	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 8. Спонсорский пакет (документы) содержит:	1) программное описание проекта 2) бюджет проекта 3) спонсорская реклама и PR 4) брендбук проекта 5) семантический дифференциал решаемой проблемы	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите один правильный ответ</b> 9. Расчет прямого воздействия рекламы (участники, зрители – целевая группа), аудитории СМИ (телевидения, радио, газет, конвергентных СМИ), количество людей, которые увидят внешнюю рекламу (целевая аудитория) – это все ...	1) прогноз спонсорского эффекта 2) социометрия 3) медийный эффект 4) программное описание проекта 5) эмоциональный выхлоп проекта	средний	5,0

ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все неверные ответы</b> 10. Во время переговоров с потенциальным спонсором	1) будьте внимательны и не перебивайте 2) не обвиняйте собеседника в том, что он, может быть, даже понятия не имеет 3) будьте экспрессивными и настойчивыми 4) умейте слушать не только себя 5) постарайтесь завербовать его в свою организацию или ее сторонники	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 11. Чтобы не утонуть в бесчисленном потоке просьб и предложений о поддержке, необходимо, чтобы проект, выполнение которого фирма финансирует:	1) соответствовал ее основной деятельности 2) был посвящен детям или животным 3) был привлекательным и запоминающимся для зрителей и читателей СМИ 4) соответствовал ее корпоративной концепции 5) был приятным и позитивно эмоциональным	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 12. Спонсор получает в результате своей благотворительности	1) финансовую поддержку от государства 2) PR, рекламу и паблисити 3) большой общественный интерес к проекту 4) возможность прямой коммуникации со значимой фигурой / фигурами 5) человеческие симпатии, личную заинтересованность в решении проблемы	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 13. О невысоком уровне дееспособности компании свидетельствует следующее:	1) у компании нет отдельного офиса и помещения 2) организация никогда не делает ежегодных отчетов 3) организация скрывает финансовую информацию или путается в ней 4) компания существует уже год, два, три или четыре и еще ничего не сделала 5) других источников финансирования у нее нет, но она уже совсем не молода.	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 14. Наиболее часто по результатам опросов организации в рамках фандрайзинга финансируют:	1) экстремальные виды спорта 2) жертв насилия и беженцев 3) культуру и искусство 4) помощь детям 5) культуру и искусство	средний	5,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 15. Отклонить или одобрить проект для спонсирования можно, проверив:	1) штат сотрудников компании и их банковские счета 2) имеющиеся у компании активы 3) историю организации, запрашивающей средства	средний	5,0

		4) направления расходования денег в организации (в частности данного пожертвования) 5) достижения компании		
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 16. Распределите ресурсы по подгруппам	1) товары 2) помещения 3) услуги  А) канцелярия Б) квалифицированная юридическая помощь В) офисная техника Г) спортзал Д) офис Е) печать буклетов	высокий	8,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 17. Распределите спонсорские градации	1) титульный спонсор 2) генеральный спонсор 3) спонсор-участник  А) до 10% оплаты стоимости проекта Б) 100% стоимости проекта, название организации-спонсора включается в название проекта В) 50% оплаты стоимости проекта	высокий	8,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Закончите предложение</b> 18. Документ, рассылаемый по почте потенциальным спонсорам; системный набор юридических, творческих, программных, финансовых оформительских документов, дающих представление о мероприятии и выгоде от участия в нем со стороны потенциального спонсора – это		высокий	8,0
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Выберите правильную комбинацию ответов</b> 19. Укажите комбинации действий, выполняемых на завершающем этапе спонсорского проекта: а) составление анкеты для исследования мнения + публичная благодарность во всех возможных каналах коммуникации; б) анализ всех ключевых точек на предмет выполнения + фото, видео презентации мероприятия; в) написание грантовых заявок + посещение конкретного количества встреч каждый день;	1) а, в 2) б, в 3) а, б, в 4) в, г 5) а, б	высокий	8,0

	г) написание плана-графика + закрепление людей за определенными видами работ графика.			
ПК-5.1 ПК-7.3	<b>Укажите все правильные ответы</b> 20. Распределите недопустимые и допустимые стандарты по группам:	<p>1) неприемлемо 2) допустимо</p> <p>А) привлечение средств от организаций оккультного и деструктивного характера, сект Б) привлечение средств от профсоюзов, традиционных религиозных организаций, В) привлечение средств от административных органов, заключенных, анонимных доноров Г) активное привлечение средств от организаций или частных лиц с криминальным имиджем Д) привлечение средств от организаций сетевого маркетинга, политиков и политических партий Е) при отказе от пожертвования ссылаться на криминальное прошлое донора Ж) привлечение средств от производств, приносящих вред (откровенно уклоняющихся от соблюдения требований техники безопасности и экологических норм)</p>	высокий	8,0