

**II МЕЖДУНАРОДНАЯ ОЛИМПИАДА
МИЦ «Вектор развития: РЕКЛАМА»**

Определите, верно ли данное утверждение:

1. Экономическая роль рекламы реализуется в том, что, формируя спрос и стимулируя сбыт, она способствует популяризации товара, повышению спроса и, как следствие, товарооборота:
А. ДА.
Б. НЕТ.
2. Политическая реклама используется как инструмент пропаганды определенных политических идей, партий, деятелей и т. п.:
А. ДА.
Б. НЕТ.
3. Рекламные посредники – это организации и фирмы, частные лица, являющиеся инициаторами рекламного процесса и, как правило, оплачивающие его:
А. ДА.
Б. НЕТ.
4. Стимулирование сбыта (sales promotion) – одно из главнейших средств продвижения товара:
А. ДА.
Б. НЕТ.
5. Радио - наиболее оперативное средство для рекламодателя:
А. ДА.
Б. НЕТ.

Установите соответствие:

	Термин, понятие	Определение
6.	Аллитерация	А. Содействие продаже, сбыту, проведение мероприятий воздействующих на конечного потребителя.
7.	Воблер	Б. Рекламная конструкция 1,2 x 1,8м. Крепится на собственной подставке.
8.	Промоушн (promotion)	В. Повторение однородных согласных звуков в фразе, строке, строфе рекламного текста.
9.	Фирменный стиль	Г. Рекламное изображение, которое крепится к полке или стенке на гибкой ножке и привлекает внимание за счет вибрации.
10.	Мотто	Д. Определенного размера графическая реклама для публикации в прессе.
11.	Лайтбокс	Е. Раздача листовок с рекламным обращением в местах скопления целевой

		аудитории.
12.	Рекламная пирамида	Ж. Единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах рекламы фирмы.
13.	Лефлетинг	З. Специалист по созданию рекламных слоганов, текстов и заказных статей, прямо или косвенно носящие рекламный характер.
14.	Копирайтер	И. Сочетание основных типов потребительской аудитории, ее готовности приобретать рекламируемый товар.
15.	Ситилайт	К. Рекламный щит размерами 1,2 x 1,8м. с внутренней подсветкой. Крепится к столбам, стационарным конструкциям: киоскам, торцам зданий.

Ответьте на вопросы теста. В каждом вопросе только один правильный вариант ответа:

16. Чтобы привлечь внимание зрительской аудитории у телевизионной рекламы есть лишь первые:
- А. 3-5 секунд ролика.
 - Б. 1-2 секунды ролика.
 - В. 7 секунд ролика.
17. Развернутые ролики на телевидении составляют:
- А. от 5 до 10 секунд.
 - Б. от 10 до 20 секунд.
 - В. 20 секунд и более.
18. Механизм таргетинга позволяет:
- А. Выделить из всей имеющейся интернет-аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей.
 - Б. Получить широкие возможности по изучению поведения целевых потребителей, включая точные средства анализа эффективности рекламы.
 - В. Донести до целевой аудитории рекламное сообщение.
19. Размещение текстово-графических рекламных материалов на вебсайтах, представляющих собой рекламные площадки это:
- А. Контекстная реклама.
 - Б. Медийная реклама.
 - В. Текстовая реклама.
20. Помогает определить содержание рекламы для всех видов товаров и услуг:
- А. Матрица Росситера — Перси.
 - Б. Модель AIDA.

21. Рекламодателями социальной рекламы могут выступать:
- А. Физические и юридические лица.
 - Б. Органы государственной власти.
 - В. Органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.
 - Г. Только А и Б.
 - Д. А, Б и В.
22. Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться:
- А. В течение двух лет со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.
 - Б. В течении года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.
23. При совмещении рекламы с телепрограммой способом "бегущей строки" или иным способом её наложения на кадр транслируемой телепрограммы реклама не должна:
- А. Занимать более чем пять процентов площади кадра.
 - Б. Занимать более чем шесть процентов площади кадра.
 - В. Занимать более чем семь процентов площади кадра.
24. Не допускается прерывать рекламой и совмещать с рекламой способом "бегущей строки":
- А. Телепередачи продолжительностью менее чем пятнадцать минут.
 - Б. Телепередачи продолжительностью менее чем двадцать минут.
 - В. Телепередачи продолжительностью менее чем тридцать минут.
25. Распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения:
- А. Допускается.
 - Б. Не допускается.

Решение задач:

26. Число пользователей, перешедших по ссылке 200 человек, общее число пользователей 1000 человек. Конверсия составит:
- А. 5%.
 - Б. 800 человек.

- В.** 20%.
- 27.** Рекламный бюджет составил 100200 рублей. Количество оставленных заявок 120. Определите стоимость одного лида:
А. 120 руб.
Б. 601 руб.
В. 835 руб.
- 28.** Рекламодатель занимается продвижением онлайн олимпиад. Рекламный бюджет составил 12500 рублей. Получено 700 лидов, а 250 человек оплатили доступ к олимпиадам за 200 рублей. Определите ROAS:
А. 4 или 400%.
Б. 5,5 или 550%.
В. 0,25 или 25%.
- 29.** Рекламный бюджет составил 150000 руб. Количество просмотров 55000. Количество кликов 3500. Количество покупок 270. Цена товара 1000 руб. Определите ROI:
А. 100%.
Б. 80%.
Г. 270%.
- 30.** Рекламный бюджет составил 150000 руб. Количество просмотров 55000. Количество кликов 3500. Количество покупок 270. Цена товара 1000 руб. Определите CTR:
А. 5,00%.
Б. 6,36%.
В. 14,21%.