

Мамандық бойынша тест: 2-пән

1. Имидж қалыптастыруда қолданылатын әдістердің қазіргі таңдағы белсенді негізгі элементтері

- A) Макияж таңдаудағы талғамның жоғарылығы
- B) Мақсатты аудиторияның сұраныстары мен мүддесіне сәйкестігі
- C) Нарықтағы басқа бәсекелестердің ұстанымдарымен салыстырылу мүмкіндігі
- D) Имидж-объектінің өзіндік ерекшелігі, тұтынушы үшін тиімділігі
- E) Өз-өзін тануға ұмтылу, өзіндік менін қалыптастыру
- F) Лайықты шаш үлгісін қызмет түріне қарай тиімді таңдау
- G) Дене бітімін сақтау жолындағы ерекше талпыныс және табандылық
- H) Габитарлық имидж

2. Зерттеушілер қарастырған жеке тұлға имиджінің жалпы кескінінің деңгейлері

- A) Фактологиялық
- B) Экономикалық
- C) Әлеуметтік
- D) Қоғамдық
- E) Психологиялық
- F) Биологиялық
- G) Географиялық
- H) Физиологиялық

3. Фирма имиджінің құрылымы

- A) Тауар имиджі
- B) Мақсатты аудиторияны анықтау
- C) Фирманың ішкі имиджі
- D) Тауардың сапасы
- E) Басшы имиджі
- F) Фирма беделін жоғарылату
- G) Тұтынушы талабына сай тауар сапасы
- H) Тауардың сыртқы дизайны

4. Абырой-бедел дегеніміз

- A) БАҚ өкілдерімен әдепті коммуникативтік дағдыларды орнатуға үйрету
- B) Әр деңгейдегі іскерлік немесе жеке іс-шараларды ұйымдастыру
- C) Белгілі бір объект жайлы басқарылмалы немесе стихиялық түрде қалыптасқан оң немесе теріс пікірлер жүйесі
- D) Көпшілік алдында сөз сөйлеу, БАҚ-пен қарым-қатынас, саяси және әлеуметтік жарнама
- E) Көпшілік алдында сөйлеудің дағдыларын қалыптастыру
- F) Жеке қызметкерлердің көркем мінезін қалыптастырып, біліктілігін арттыру
- G) Белгілі бір объект, тұлға, тауар немесе компания туралы тұрақты образ ретінде қалыптасатын ақпараттық портретті немесе ассоциативтік қатар
- H) Жеке адамның маркетингі

5. Ақпаратты қабылдау қабілеттері

- A) Цифрлық
- B) Визуал
- C) Болжамдық
- D) Логикалық
- E) Функционалдық
- F) Дигитал
- G) Аудиал
- H) Символдық

6. Имиджеология дегеніміз

- A) Негізгі сәйкестілік элементтерінің сипаттамасы
- B) Тұтынушылармен ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнату құралы
- C) Адамтану ғылымының бір саласы
- D) Қандай да бір объектінің образын тиімді басқарудың әдіс-тәсілдерін қарастырады
- E) Бұқаралық ақпарат құралдары
- F) Әрбір қоғамның, нақты бір ұлттық менталитеттің теориялық тұрғыдан көрініс табуына ықпал ететін тұжырымдар кешені
- G) Бренд мониторингі мен бағалау қызметі

7. Харизма дегеніміз

- A) Адам бойындағы ұяндық
- B) Адам бойындағы батылдық
- C) Адам бойындағы пасықтық
- D) Адам бойындағы тәкаппарлық
- E) Адам бойындағы тартымдылық
- F) Өзін-өзі дәріптеуі
- G) Өзін тыңдата білетін қасиеті
- H) Адам бойындағы елеусіз қасиеттер

8. Паблик рилейшнз қызметтері

- A) Әрбір қоғамның, нақты бір ұлттық менталитеттің теориялық тұрғыдан көрініс табуына ықпал ететін тұжырымдар кешені
- B) Кәсіпорын өзі шығаратын басылымдық материалдар
- C) Көпшіліктің ой-пікіріне ықпал ету
- D) Ұйымның жақсы бет-бейнесін құру, беделін көтеру
- E) Ұжым ішілік басылымның аудио түрі
- F) Ұжым ішілік басылымның видео түрі
- G) Көпшілікке өзі туралы жағымды ақпарат тарату және оған сендіру
- H) Тұтынушылармен ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнату құралы

9. Имиджмейкердің міндеттері

- A) Дизайнның, жобаның, бағдарламалардың кемшін тұстарын көлегейлеп, жағымды жақтарын айқындаңқырау
- B) Имидж-объектіге қатысты оқиғаны немесе ақпаратты тыңдаушының санасында қалдыру
- C) Мақсатты аудиторияны анықтау
- D) Фирманың немесе жеке тұлғаның тұтынушы алдындағы кескінін тартымды етіп көрсету
- E) Фирма өнімдерін нарықтағы өзге де тауарлармен салыстыру
- F) Аудиторияның қызығушылығын тудыру
- G) Фирманың негізгі идеясын қорғау
- H) Аудиторияға имидждік ақпаратты аз уақыт ішінде барынша көп жеткізу

10. Габитарлық имидждің құрылу принциптері

- A) Психологиялық ерекшеліктері
- B) Сыртқы түрі
- C) Сыртқы және ішкі ерекшелігі
- D) Дене пішімін есепке алу
- E) Адамның сыртқы ерекшеліктерін есепке алу
- F) Мінез-құлықтың ерекшелігі
- G) Жеке даралығы
- H) Егер қалта көтерсе, өзгелерден жақсы өмір сүру

