

1. Сайлаушыларды тек қана дегеніне жететін «электоралды машина» ретінде қарастырмау
 - A) партияның мүшесі артады
 - B) партиялар үгіт-насихаты жүреді
 - C) партиялар имиджіне жаңа бұрылыс ашады
 - D) партия басшысының имиджі артады
 - E) партиялар сайлаушылармен стратегиясы орнайды
 - F) партияның мүмкіндігі артады
 - G) партиялар саны артады
 - H) партияларда әділдік орнайды
2. Имидждің құндылықты функциялары
 - A) тұлғалық-көтермелеуші
 - B) психотерапевтикалық
 - C) әлеуметтік бейімделу
 - D) тұлғаарлық қарым-қатынастардың ыңғайлылығы
 - E) әлеуметтік-мәдени құндылықтар
 - F) негативті тұлғалық мәліметтерді жасыру
 - G) қайталанбастық және тұлғалық
 - H) мәдени символдардың көрінісі
3. «Имиджелогия – бұл имиджі қалыптастырудың құралдары мен жолдары жайлы ілім» анықтамасының авторы
 - A) Г. Лебон
 - B) А. Косов
 - C) П. Сорокин
 - D) Г.Почепцов
 - E) Е.Петрова
 - F) М.Шепель
 - G) Р.Лебедев
 - H) А.Панасюк
4. Коммуникатор үшін тиімді контекстерді құрудың үрдістері
 - A) PR
 - B) имидж
 - C) жарнама
 - D) сөйлесу
 - E) формат
 - F) кеңесу
 - G) фактор
 - H) коммуникация

5. Толыққанды, қарама-қайшы қасиеттер болмауды талап ететін имидж түрі
- A) габитарлы имидж
 - B) тиімді имидж
 - C) вербалды имидж
 - D) ортадағы имидж
 - E) кинесикалық имидж
 - F) саяси имидж
 - G) шынайы имидж
 - H) эмоционалды имидж
6. «Біріншілікті имидждің» құрылымы
- A) билікті иеленуге бағыттылық
 - B) уақытша «Мен» тұлғаларының иерархиясы
 - C) тұлғаның ішкі бағдарлануы
 - D) тұлғаның сыртқы бағыттылығы
 - E) заттық қызметтің нақты нәтижелеріне бағыттылығы
 - F) танымалдылыққа бағыттылық
 - G) қарым-қатынасқа бағыттылық
 - H) бәсекелестік күреске бағыттылық
7. Имиджелогияның басты принциптері
- A) өзін-өзі тәрбиелеу мен өзін-өзі жетілдіру
 - B) адам жайлы позитивті көқарасты қалыптастыру
 - C) ең жақсыны анықтау
 - D) эстетиканы дәріптеу және оған сәйкес форманы қалыптастыру
 - E) арнайы әдемілікті көрсету
 - F) адамдарға ұнай білу
 - G) түрлі имидждерді қалыптастыру және оны тарату
 - H) эстетикалық форманы қалыптастыру
8. Брендинг үрдісін жүйелеу санаттары
- A) тарихи атау-бренд
 - B) ұлттық бренд
 - C) саяси бренд
 - D) бренд-кеңістік
 - E) құндылық бренд
 - F) тұлға-брендтер
 - G) тауар-брендтер мен символ-брендтер
 - H) мемлекеттік бренд және ел брендингі

9. Имидж генезісі, «саяси имидждің» механизмдері

- A) «талдамалық»
- B) «ақпараттық»
- C) «жарнамалық»
- D) «кинесикалық»
- E) «ашық»
- F) «стихиялық»
- G) «жасанды»
- H) «коммуникациялық»

10. Имиджмейкерлер әдетте қолданатын механизмдері

- A) ақпараттандыру механизмдері
- B) жаңалау механизмдері
- C) коммуникацияға түсу механизмдері
- D) жарнамалау механизмдері
- E) қосалқы механизмдері
- F) интеракшн механизмдері
- G) қолданбалы механизмдері
- H) аттракция механизмдері