

## **ІМІДЖОЛОГІЯ**

- 1. Новий напрям у науці, який дістав назву “іміджознавство”, з’явився у:**
- 2. Автором назви “іміджознавство”є:**
- 3. Новий напрям «Іміджознавство» був започаткований у:**
- 4. Термін “іміджологія” перекладається як наука про:**
- 5. До видів іміджу не належить:**
- 6. Перенесення уваги споживача інформації з одного об’єкта на інший це:**
- 7. Відхід від реальної ситуації належить до:**
- 8. Створення вигідних для комунікатора контекстів це:**
- 9. Презентація об’єкта іміджування у вигідному для нього світлі це:**
- 10. Розміщення об’єкта іміджування у сприятливе для нього інформаційне середовище це:**
- 11. До теоретичних відгалужень іміджології не належить:**
- 12. Специфічний вид абстрагування це:**
- 13. Наука про зв’язок зовнішніх рис обличчя людини з особливостями її характеру це:**
- 14. Дослідження особистого і суспільного простору і сприйняття його людиною це предмет:**
- 15. Імідж, що відображає наше уявлення про себе називається:**
- 16. Тип іміджу, який характеризує погляд на людину, організацію збоку, це:**
- 17. Імідж, що характеризує зовнішній вигляд людини, називається:**
- 18. До світоглядних функцій іміджу не належить:**
- 19. До цілей іміджмейкінгу не належить:**

- 20. До підпроцесів сприйняття не належить:**
- 21. До зовнішніх чинників сприйняття не належить:**
- 22. До факторів викривленого сприйняття не належить:**
- 23. До соціально-рольових характеристик іміджу не належить:**
- 24. До індивідуально-особистісних властивостей іміджу не належить:**
- 25. До норм мовного спілкування не належать:**
- 26. Дотримання правил усного і писемного мовлення це:**
- 27. До труднощів спілкування не належать:**
- 28. Брак тактовності у спілкуванні належить до:**
- 29. Метод впливу, за допомогою якого одна людина звертається до свідомості іншої, називається:**
- 30. Здатність до розуміння, співчуття іншій особі називається:**
- 31. Психічний вплив однієї людини на іншу за послабленого свідомого контролю, некритичної оцінки повідомлень називається:**
- 32. До загальних ознак іміджу організації не включають:**
- 33. До чинників, що впливають на імідж групи, не належить:**
- 34. До типів лідерства, які виділив М.Вебер, не належить:**
- 35. Теорія, що розглядає лідерство як особливий дар:**
- 36. Теорія, яка стверджує, що лідером може стати кожна людина за умови цілеспрямованої роботи над собою:**

- 37. Теорія, в якій лідерство розглядається як природний результат діяльності і спілкування людини в групі, де соціальні ролі поступово розподіляються, а члени групи чекають появи лідера:**
- 38. Теорія, що містить комплекс умов, завдяки яким з'являється лідер:**
- 39. Зона (до 50 см), в яку допускаються лише близькі, добре знайомі люди в процесі між особового контакту, це:**
- 40. Зона (50 - 120 см) для повсякденної бесіди з друзями та колегами, яка припускає тільки візуально-зоровий контакт між партнерами, що підтримують розмову, -- це:**
- 41. До найефективніших способів передачі корпоративної культури працівникам фірми не належить:**
- 42. До основних груп близької зовнішньої громадськості підприємства не належать:**
- 43. До основних груп близької зовнішньої громадськості підприємства не належать:**
- 44. До інструментів реалізації внутрішнього ПР підприємства не належать:**
- 45. Виступи керівництва, відкриті інтерв'ю належать до таких інструментів внутрішнього ПР:**
- 46. Моніторинг відгуків працівників підприємства на поширену раніше інформацію належить до таких інструментів внутрішнього ПР:**
- 47. Корпоративний бюлетень належить до таких інструментів внутрішнього ПР:**
- 48. До технологій виявлення неформального ставлення працівників до організації не належить:**
- 49. Існує відоме твердження, що ділова розмова -це «дракон із чотирма головами». Тоді за що відповідає перша голова?**
- 50. Існує відоме твердження, що ділова розмова -це «дракон із чотирма головами». Тоді за що відповідає друга голова?**
- 51. Існує відоме твердження, що ділова розмова -це «дракон із чотирма головами». Тоді за що відповідає третя голова?**

- 52. Існує відоме твердження, що ділова розмова -це «дракон із чотирма головами». Тоді за що відповідає четверта голова?**
- 53. Структура політичної іміджології не включає:**
- 54. До чинників, що впливають на імідж політика не належать:**
- 55. Образ, який виникає у зовнішньої громадськості стосовно конкретної держави, це:**
- 56. Уявлення правлячої еліти або жителів країни про те, якою є їхня держава на міжнародній арені, це:**
- 57. Імідж країни, який створюють політтехнологи, іміджмейкери або команда керівника держави, це:**
- 58. У ролі базового елементу внутрішньої структури «я-образу» держави виступає:**
- 59. З якою державою ідентифікується такий образ, як Піднебесна?**
- 60. З якою державою ідентифікується такий образ, як туманний Альбїон?**
- 61. З якою державою ідентифікується такий образ, як країна висхідного сонця?**
- 62. З якою державою ідентифікується такий образ, як країна ранкової свіжості?**
- 63. З якою державою ідентифікується такий образ, як країна кленового листя?**
- 64. Концентрація національних символів, рис народу, країни в історичному та цивілізаційному контексті це:**
- 65. Концентрація основних ознак і символів національних багатств країни в природному ландшафті або кліматичному відношенні це:**
- 66. Концентрація провідних соціальних характеристик, символів, рис народу на ментальному рівні це:**

- 67. Концентрація символів, що відображають державні інтереси і цілі в національно-ідейному відношенні це:**
- 68. Визначає «імідж держави» як сукупність емоційних і традиційних уявлень, що впливають із зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду і чуток, що впливають на створення певного образу:**
- 69. Хто з учених пропонував використовувати міміку для визначення темпераменту людей?**
- 70. Хто створив вчення під назвою «фізіогноміка»?**
- 71. Хто склав фізіогномічні типи злочинців?**
- 72. Метод пізнання, коли окремі положення логічно виводяться із загальних положень, це:**
- 73. Метод пізнання, який передбачає використання спеціальної символіки, знаків, це:**
- 74. Метод пізнання, що передбачає шлях від окремого до загального, це:**
- 75. Створення зручних для промоування умов, що сприяють запам'ятовуванню інформації про об'єкт, це:**
- 76. Термін, що означає вмиле використання емоційно забарвлених слів і пропозицій у вербальній діяльності промоуємого об'єкта:**
- 77. Заниження реальної значущості і цінності об'єкта іміджування:**
- 78. Здатність іміджу об'єкта доповнювати якості і характеристики, якими він не володів раніше:**
- 79. До підходів до іміджу не належить:**
- До когнітивних процесів не належить:**