

Test Paper

Module 1 1st term
1st year

group IUK4-11M

Nikita Sabronov

1. В 2002 году в 7 провинциях Китая было проведено исследование телевизионной рекламы среди детей из сельской местности. Его целью было изучить её восприятие сельскими детьми от 6 до 15 лет. Более 1500 детей из 15 школ заполнили анкеты, включающие вопросы о том, правдива ли эта реклама, верят ли они в её правдивость и могут ли они отличить рекламируемые бренды от нерекламируемых. Также были включены вопросы для определения, как дети различают рекламу по признаку правдивости. Для анализа детей разделили на 2 возрастные группы: 6-9 лет и 10-15 лет.

Собранные данные анализировались, чтобы выявить различия в восприятии рекламы между сельскими и городскими детьми, а также между возрастными группами. В результате исследования выяснилось, что дети из сельской местности менее знакомы с рекламой.

- 2.1) When was the study on children's advertising perception conducted?
- 2) What provinces in China were included in the study?
- 3) What was the range of GDP per capita in the provinces studied?
- 4) How many elementary schools participated in the study?
- 5) How many students were there in each school?
- 6) What was the age range of children who participated in the study?
- 7) What percentage of participants were boys and girls?
- 8) What percentage of questionnaires were returned for analysis?
- 9) What type of questions were included in the survey?
- 10) In what language was the survey conducted?
- 11) How were children in grades 1 and 2 helped to answer the questions?
- 12) Why did the study focus specifically on TV advertising?