

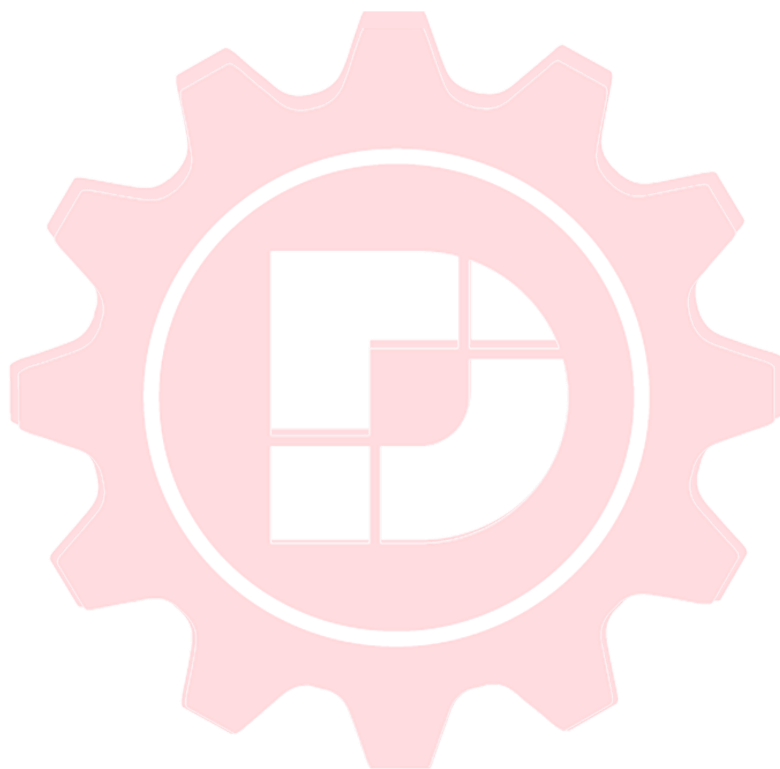
**Disynergy.ru – Сдача тестов без предоплаты**

**Email: help@disynergy.ru**

**Whatsapp/Telegram/Viber: +7(924) 305-23-08**

1. POS-материалы предназначены для такого вида маркетинговых коммуникаций, как:
2. В основе разграничения двух типов рекламирования торговой марки – hard selling и soft selling - лежит:
3. Выберите наиболее точное определение понятия «реклама»: реклама – это любые неценовые способы продвижения товара. реклама – это любая оплаченная конкретным лицом форма коммуникаций, предназначенная для продвижения товаров и услуг.
4. Деловая реклама иначе может быть названа:
5. Как соотносятся понятия потребности и мотива:
6. Количество новаторов среди потребителей товара, как правило, находится в пределах:
7. Корпоративная реклама – это:
8. Мотив самосохранения представлен в девизе:
9. мотив удовольствия представлен в девизе:
10. Наиболее важная задача рекламы на начальной стадии рекламирования:
11. Определите понятие «торговая марка» через понятие «товар», подставив вместо прочерка одно слово (определение): «Торговая марка - это ... товар»
12. Персонально ориентированным является такой вид маркетинговых коммуникаций, как:
13. Примером atl-коммуникации может служить
14. Примером btl-коммуникации может служить
15. Примером зонтичного бренда может служить:
16. Примером самостоятельного бренда может служить:
17. Примером стимулирования сбыта, или sales promotion может служить
18. Психологические параметры включают:
19. Разновидность творческой стратегии, которая относится к стратегиям проекционного типа, - это:
20. Русское слово «реклама» произошло от латинского слова «reclamare», означающего ... «продвигать»
21. Сезонная скидка на товар является элементом такого вида маркетинговых коммуникаций, как:
22. Социодемографические параметры включают...
23. Стадии в цикле рекламирования товара называются:
24. Стадии жизненного цикла товара называются:
25. Стратегия обращения и медиастратегия вместе могут быть названы: медиапланом
26. Теория ИМК сформировалась:
27. Товар по замыслу – это:
28. Укажите правильный порядок следования потребностей в пирамиде а. Маслоу, обозначив цифрами от 1 до 5 расположение их снизу вверх, двигаясь от основания пирамиды к ее вершине: ...
29. Утилитарный мотив представлен в девизе:
30. Целевая аудитория рекламы - это

**Тесты синергия**



# DISYNERGY.RU