



## Бренд-менеджмент гостиничных пространств.MBA\_2024

- 1 Базовое определение бренда – это ...
- 2 Для менеджмента бренды главным образом являются ...
- 3 Бренды, являясь одним из главных инструментов стратегии дифференциации ...
- 4 «Колесо бренда» ....
- 5 В гостиничном бизнесе прежде всего продается ...
- 6 Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара – это...
- 7 Измерение и анализ имиджа бренда, а также оценка его коммерческого потенциала, позволяющие добиться высокой экономической эффективности, являются...
- 8 Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда - это ...
- 9 В настоящее время важной задачей является ...
- 10 Медиаплан, изготовление рекламной продукции, размещение рекламной продукции в каналах коммуникаций, комплексные программы лояльности применяются для...
- 11 При разработке гостиничного бизнеса и его бренда как системы отождествления специалисты стремятся создать ...
- 12 Основой стратегии гостинично-хозяйственного бренда является ...
- 13 Целью дополнительных услуг в индустрии гостеприимства является
- 14 Лояльностью считается ...
- 15 Чтобы определить показатель повторной покупки (Repeat Purchase Rate — RPR) ...
- 16 Чтобы определить показатель апселлинга ...





- 17) Способы защиты исключительного права на товарный знак перечислены ...
- 18) Характеризуя важность брендинга, председатель правления крупнейшей в мире английской рекламно-маркетинговой холдинговой корпорации “WPP Group” М. Коррел отмечал ...
- 19) Слово «BRANDR» означало «жечь, выжигать» с ... языка
- 20) Данное определение принадлежит: Бренд — название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и для дифференциации их от товаров или услуг конкурентов
- 21) Решающую роль для потребителей в ассоциации с товаром играет ...
- 22) Какая стратегия подразумевает, что компания предлагает своим потребителям более актуальную, полезную и привлекательную продукцию?
- 23) Без чего не сможет существовать и развиваться ни один бренд проект?
- 24) Проблемы развития брендинга в России происходят ...
- 25) Важной задачей брендинга в России является ...
- 26) Программа лояльности World of Hyatt обеспечивает ...
- 27) Проблема формирования стратегий брендинга в России объясняется тем, что ...
- 28) Нематериальная стоимость бренда обычно включает те аспекты, которые ...
- 29) Название и имидж бренда — это ...
- 30) Торговая марка гостиничного продукта — это понятие ...
- 31) Однотипные услуги продуктов, как правило ...
- 32) Значительную роль в успешном брендинге компании выполняет ...
- 33) За какое количество лет маркетинг усложнился и в части расширения географии активности, и функционально ...





- 34) Создание и усиление индивидуальности Торговой марки на рынке повышает её ...
- 35) Индивидуальность торговой марки облегчат покупателю ...
- 36) Брендинг нуждается ...
- 37) Постоянный клиент тратит на 67% больше денег, чем новый. Увеличение удержания клиентов способно повысить прибыль...
- 38) В какой статье говорится о государственной регистрации товарного знака:
- 39) Бренд по своей природе — это ...
- 40) Чтобы определить показатель апселлинга ...

