



Введение в бренд-менеджмент.sa_Бренд-Ар_ХАБ_СНГ

- 1 Укажите, какой вариант является наиболее точным определением понятия «маркетинговые исследования»?
- 2 Какой из этих вопросов следует задать себе первым при планировании маркетингового исследования?
- 3 Выберите, что из этого НЕ относится к задачам маркетинговых исследований?
- 4 Расположите этапы проведения маркетинговых исследований в правильном порядке
- 5 Прочтайте описание. К какому из этапов маркетингового исследования оно относится? На этом этапе пишется документ. Он включает в себя пункты о том, откуда будет браться информация и какие методы и инструменты будут применены. Также в этом же документе описывается выборка ЦА и как будет происходить коммуникация с ней. Ещё в документе будет пункт о сроках и бюджете.
- 6 Сопоставьте термины и их определения
- 7 Какие из этих данных необходимы для расчёта ёмкости рынка?
- 8 Сопоставьте вид данных и где Вы их сможете найти
- 9 Сопоставьте формулы и способы счёта объёма рынка
- 10 Прочтайте описание задач исследования. Выберите его название
Компании заказывают данное исследование, чтобы измерить эффективность своих действий по продвижению товара.
Менеджеры компании желают точно понимать, какие носители в перспективе будут наиболее результативными. Также этот метод исследования очень важен для тестирования концепций и гипотез кампаний
- 11 Укажите все верные методы стимулирования бренда
- 12 Укажите, какой вариант является верным и наиболее полным определением понятия «кабинетные исследования»?



- (13) Отметьте все источники, где можно взять информацию для кабинетных исследований
- (14) Укажите, какой вариант является верным и наиболее полным определением понятия «полевые исследования»?
- (15) Отметьте, что из этого НЕ является целью полевых исследований?
- (16) Прочтайте описание метода количественного исследования. Как он называется? Исследователь несколько раз посещает магазин или другое коммерческое заведение. Если это сеть, то возможно посещение разных точек и проведение наблюдений там с разными вариациями в плане исследования. Обычно исследователь «испытывает» сотрудников: он может задавать вопросы или даже идти на конфликт. По возможности может происходить скрытая фото- или видеофиксация происходящего.
- (17) Какие из этих методов относятся к комбинированным исследованиям?
- (18) Что из этого относится к холл-тестам?
- (19) Что из этого является верными характеристиками фокус-групп?
- (20) Сопоставьте описание одного из типов маркетинговых исследований. Как оно называется? У компании X уже были собраны данные о продукте. Они были получены по обратной связи покупателей в соцсетях и через интернет-опросы. Также были некоторые предварительные гипотезы, касающиеся главных недостатков продукта. Соответственно, ещё не было идей решения проблем, связанных с продуктом. Данное исследование было заказано с целью более точно сформулировать проблемы, имеющиеся у продукта, а также предложить возможные пути их решения.
- (21) Tone of voice - это...
- (22) Этнография - это...
- (23) К элементам ДНК бренда можно отнести:
- (24) К видам брендинга относятся:
- (25) Бренд компании “Яндекс” можно отнести к...
- (26) Бренд курорта Сочи можно отнести к...



- (27) К атрибутам личного бренда можно отнести:
- (28) Личный бренд менеджера тесно связан с ...
- (29) Позиционирование бренда - это...
- (30) Контент-анализ - это:
- (31) При проведении SWOT-анализа следует определить:
- (32) Кто такой “бренд-менеджер”?
- (33) К методам тестирования можно отнести:
- (34) Что такое “брэндинг”?
- (35) Бренд-стратегия - это...
- (36) Укажите положительные стороны “красного океана”.
- (37) Укажите положительные стороны “голубого океана”.
- (38) Холл-тест (hall-test) - это:
- (39) Типы анализа кабинетного исследования:
- (40) Кабинетные исследования - это:
- (41) Tone of voice - это...
- (42) К элементам ДНК бренда можно отнести:
- (43) К видам брандинга относятся:
- (44) Бренд компании “Яндекс” можно отнести к...
- (45) Бренд курорта Сочи можно отнести к...
- (46) К атрибутам личного бренда можно отнести:
- (47) Личный бренд менеджера тесно связан с ...



- (48) Позиционирование бренда - это...
- (49) К этапам позиционирования можно отнести:
- (50) При проведении SWOT-анализа следует определить:
- (51) Кто такой “бренд-менеджер”?
- (52) Какие задачи у бренд-менеджера?
- (53) Что такое “брэндинг”?
- (54) Бренд-стратегия - это...
- (55) Укажите положительные стороны “красного океана”.
- (56) Укажите положительные стороны “голубого океана”.
- (57) Какие бывают каналы трансляции?
- (58) Какую функцию выполняет сторителлинг?
- (59) Какие должностные инструкции у бренд-менеджера?
- (60) В функции бренд-менеджера входит...
- (61) Какими личными качествами должен обладать бренд-менеджер?

