



Инновационные и коммуникационные технологии продвижения бренда.фдир_МАГ

- 1 Укажите, какой из следующих активов относится к технологическим активам бренда.
- 2 Укажите, что из перечисленного является репутационным активом.
- 3 Укажите, какой этап процесса принятия решения о покупке следует первым.
- 4 Укажите, что из следующего относится к человеческим активам.
- 5 Укажите, какой актив ограничивает конкуренцию и относится к стратегическим активам.
- 6 Укажите, на каком этапе потребитель собирает информацию о способах решения своей проблемы.
- 7 Укажите, какой из следующих активов не относится к организационным и корпоративным активам.
- 8 Укажите, какой из перечисленных этапов следует после выбора наилучшего решения.
- 9 Укажите, какой актив включает в себя отношения со всеми участниками бизнеса.
- 10 Укажите, какой из следующих факторов не является частью процесса принятия решения о покупке.
- 11 Укажите, какое из следующих понятий относится к методам образного мышления.
- 12 Укажите, какой термин описывает целостный подход к мышлению в маркетинге и менеджменте.
- 13 Укажите, какое из следующих понятий исключено из парадигмы методов образного мышления.
- 14 Укажите, сколько этапов включает в себя пирамида Келлера.
- 15 Укажите, какой вопрос соответствует первой ступени пирамиды Келлера.
- 16 Укажите, какой из следующих вопросов относится ко второй ступени пирамиды Келлера.





- 17) Укажите, какой вопрос соответствует третьей ступени пирамиды Келлера.
- 18) Укажите, какой из следующих методов образного мышления предполагает использование нестандартных подходов к решению задач.
- 19) Укажите, что из перечисленного ниже является последней ступенью пирамиды Келлера.
- 20) Укажите, какое из перечисленных понятий исключено из парадигмы образного мышления.
- 21) Укажите, какой из следующих типов рекламы направлен на продвижение конкретной торговой марки.
- 22) Укажите, какой метод манипуляции сознанием включает в себя анализ стереотипов.
- 23) Укажите, какой тип рекламы ориентирован на общественные проблемы и социальные изменения
- 24) Укажите, какой из следующих методов манипуляции использует органы чувств потребителя.
- 25) Укажите, что является основной характеристикой манипулятивного воздействия в рекламе.
- 26) Укажите, какой тип рекламы направлен на представление компании или институции в позитивном свете.
- 27) Укажите, какой из методов манипуляции включает использование намеренных ошибок в статистических данных.
- 28) Укажите, какой этап манипулирования сознанием связан с изменением жизненных ценностей потребителей.
- 29) Укажите, какой тип рекламы предназначен для продвижения товаров и услуг в розничной торговле.
- 30) Укажите, какой метод манипуляции направлен на использование психологических приемов воздействия на потребителя.
- 31) Укажите, какой элемент модели SIVA отвечает за решение проблемы покупателя.
- 32) Укажите, что из перечисленного является частью психографической модели AIO
- 33) Укажите, какой из следующих сегментов потребителей исключается из модели VALS.





- 34) Укажите, какой элемент модели SIVA отвечает за выгоды покупателя с учетом его издержек.
- 35) Укажите, какой метод типологии потребителей включает в себя сегментацию по занятиям, интересам и мнениям.
- 36) Укажите, на сколько основных групп делит потребителей Модель VALS?
- 37) Укажите, какой элемент модели SIVA подразумевает наличие решения и удобство приобретения для потребителя.
- 38) Укажите, в какой группе модели VALS находятся потребители, которые в основном следуют внешним влияниям.
- 39) Укажите, какой из следующих терминов не является синонимом слова "activity" в контексте психографических моделей.
- 40) Укажите, какой элемент модели SIVA включает в себя доставку сообщений до потребителей.

