



Инструменты и методы бренд-исследований.фдир_МАГ(1/3)

- 1 Элемент теории 4Р, который фокусируется на стратегиях установления стоимости продукта или услуги, – это ...
- 2 Элемент теории 4Р, который связан с выбором и определением каналов распределения продукта, – это ...
- 3 Элемент теории 4Р, который включает в себя стратегии рекламы, продаж и связи с общественностью, – это ...
- 4 Элемент теории 4Р, который описывает физические и функциональные характеристики товара или услуги, – это ...
- 5 Основная цель маркетингового аудита – ...
- 6 Решение проблемы сбыта товаров после кризиса перепроизводства 1929–1931 гг. было основано на концепции ...
- 7 Основной идеей концепции суверенитета потребителя являлся тезис – ...
- 8 В 80-е годы XX в. предприятия при производстве продукции ориентировались на ...
- 9 Социально-этический маркетинг подразумевает ...
- 10 Концепция Маккарти в маркетинге представляет собой ...
- 11 Концепция Маккарти возникла в ... ХХ в.
- 12 ... представляет собой совокупность сигналов, исходящих от фирмы в адрес различных аудиторий, в том числе клиентов, сбытовиков, поставщиков, акционеров, органов управления, а также собственного персонала
- 13 В России маркетинговый аудит появился ...
- 14 К функциональным маркетинговым стратегиям относятся ...
- 15 К корпоративным маркетинговым стратегиям относятся ...
- 16 К инструментальным маркетинговым стратегиям относятся ...



- (17) Установите соответствие между корпоративными маркетинговыми стратегиями и их характеристиками:
- (18) Установите соответствие между стратегиями сегментации рынка и их характеристиками:
- (19) Коэффициент ... позволяет оценить меру «отдачи» от каждого поста компании в соцсетях в соответствии с общим количеством подписчиков или за определенный временной период
- (20) ERR, который является более надежным показателем вовлеченности, по сравнению с простым ER, – это ...
- (21) Характеристика SWOT-анализа соцсетей, которая фокусируется на том, где и в чем аккаунт компании пока отстает от конкурентов, – это ...
- (22) SWOT-анализ – это ...
- (23) ... бренда – это анализ и оценка параметров и характеристик бренда с целью определить его текущее состояние и положение на рынке
- (24) Внешний аудит бренда включает в себя ...
- (25) Внутренний аудит бренда включает в себя ...
- (26) Установите соответствие между видами маркетинговых коммуникаций и их характеристиками:
- (27) Основная цель маркетингового аудита сайта – ...
- (28) ... реклама – это вид интернет-рекламы, которая отображается пользователям на основе содержимого веб-страницы или запросов в поисковых системах
- (29) Целью аудита контекстной рекламы является ...
- (30) Принцип «комплексность» в контексте маркетингового аудита бренда предполагает ...
- (31) Принцип маркетингового аудита, который указывает на необходимость последовательности реализуемых этапов, начиная с анализа внешней среды, – это ...
- (32) ... аудит фокусируется на показателях маркетинговой деятельности, отражающих события и явления, которые уже произошли



- (33) В отличие от стратегического аудита в маркетинге, ретроспективный аудит ...
- (34) Основной совет, который эксперты дают относительно выбора маркетинговых специалистов и подрядчиков, – ...
- (35) Если маркетинговый специалист предлагает вам различные инструменты и методики, но не объясняет, как они влияют на ваши продажи, следует ...
- (36) Сокращение числа целей и задач аудита приводит к ...
- (37) При сужении географии аудита ...
- (38) Подход «от достижения целей и задач» при планировании бюджета внешнего аудита характеризуется следующим: ...
- (39) В российской практике доминирует следующий подход к планированию бюджета внешнего аудита: ...

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08