



Итоговая аттестация Маркетинг, реклама и связи с общественностью: бренд-менеджмент.ЦЗН

- 1 Родоначальником бренд-менеджмента считается ...
- 2 Первая компания, в которой начали использовать философию бренд-менеджмента ...
- 3 Компания, использующая в своей деятельности бренд-менеджмент, получает:
- 4 Главный вопрос бренд-менеджера «...»
- 5 Верным утверждением является ...
- 6 Ключевое правило бренд-менеджмента – создание уникального восприятия бренда, ...
- 7 Укажите основные группы, влияющие на восприятие конечного потребителя:
- 8 KPI бренд-менеджмента – это ...
- 9 К индикаторам качества работы с потребителями относятся ...
- 10 Наиболее близкое определение понятия «соответствие продукта ожиданиям потребителя» ...
- 11 Показатели здоровья бренда – это индикаторы, по которым оценивается ...
- 12 Пирамида показателей здоровья рассчитывается ...
- 13 Выберите индикаторы здоровья бренда:
- 14 Спонтанность названия бренда (без подсказки) отражает индикатор:
- 15 Вопрос исследования: «Какой из этих продуктов вы покупаете чаще?» отражает индикатор ...
- 16 Уровень конверсии «от осведомленности к покупке» равен 83%, означает, что 83% людей, ...





- 17) Задача бренд-менеджера для увеличения лояльности:
- 18) Рентабельность продаж напрямую зависит от ...
- 19) Правильнее характеризует ценность продукта утверждение: «...»
- 20) Рыночную долю продукта приносят:
- 21) Бренд продукта обычно ассоциируют с ...
- 22) Выберите характеристики, описывающие «удовлетворяемые потребности»:
- 23) Уникальность продукта можно описать через характеристики:
- 24) Неверно, что к инструментам бренд-менеджмента относится ...
- 25) В бренд-менеджменте маркетинг-микс включает комплекс:
- 26) Верным утверждением является «За любым великим брендом стоит ...»
- 27) Лояльность к бренду в первую очередь формируют ...
- 28) Конверсия от осведомленности в потребление, в первую очередь достигается ...
- 29) Техническое задание на производство продукта формирует ...
- 30) Должен ли бренд-менеджер разбираться в составе продукта?
- 31) Виды дистрибьюции:
- 32) Нумерическая дистрибьюция рассчитывается как процент от всех магазинов, в ...
- 33) Взвешенная дистрибьюция – это ...
- 34) Ключевая розница включает магазины, у которых наибольший товароборот ...
- 35) Коэффициент эффективной дистрибьюции рассчитывается как отношение ...



- 36) Рассчитайте коэффициент эффективной дистрибьюции, если в городе 1000 магазинов, из них 200 относится к ключевой рознице, ваш бренд представлен в 20% всей нумерической розницы и в 40% из ключевой розницы:
- 37) Продвижение бренда нужно начинать с ...
- 38) Минимальное значение коэффициента эффективной дистрибьюции в целях проведения рекламной компании должно быть ...
- 39) Жизненный цикл дистрибьюции включает этапы:
- 40) Если коэффициент эффективной дистрибьюции составляет меньше 2, то это этап жизненного цикла дистрибьюции ...
- 41) Бренд существует в средах:
- 42) В макросреде исследуются факторы:
- 43) «Маркетинговая воронка» конкурентов показывает: ...
- 44) Панельные исследования – это исследования ...
- 45) U&A исследования – это ...
- 46) Дискриминатор – это черта бренда, связанная с ...
- 47) PEST-анализ проводится для анализа ...
- 48) Анализ конкурентной среды позволяет выявить ...
- 49) Источники данных по конкурентам:
- 50) Основные вопросы, которые ставятся в рамках конкурентного анализа:
- 51) Модель ... – базовый инструмент стратегического позиционирования.
- 52) К основным универсальным потребностям потребителя относят:
- 53) Одна из ключевых ценностей бренда – это ...





- 54 В модели Identity бренд ориентирован на ...
- 55 Бренд процессоров Intel делал акцент на ...
- 56 Целевая аудитория модели Explorer - ...
- 57 Бренд Pedigree строит развитие по модели ...
- 58 Из перечисленных брендов, модели Ison придерживался ...
- 59 «С нашими услугами вы выиграли на всех фронтах» - : выражение клининговой компании относится к стратегии продвижения модели ...
- 60 При продвижении бренда ...
- 61 Сколько существует моделей лидерства?
- 62 Какие составляющие выбраны в качестве координат в колесе потребностей?
- 63 Будет ли идентично количество потребностей в рамках похожих товарных группах?
- 64 На какие потребности делает акцент реклама Чипсов Lays?
- 65 На какие потребности делает акцент реклама Чипсов Pringles?
- 66 Причины неудачи бренда «Московский картофель»?
- 67 Ошибки бренда Чипсы Estrella - в недостаточной проработке:
- 68 Какой из брендов чипсов можно назвать брендом-дискриминатором?
- 69 К зонтичным брендам можно отнести бренды:
- 70 Что первичнее?
- 71 Восприятие цены базируется на:
- 72 Можно ли изменить модель лидерства на этапах стратегического плана?





- 73) Бренд-менеджер мыслит категориями:
- 74) Система ценностей бренда - это
- 75) С чем неразрывно связаны ценности бренда?
- 76) Персонафикацию бренда можно образно описать через описания:
- 77) Что из перечисленного будет относиться к ценностям, которые несет бренд Visa потребителям?
- 78) Что из перечисленного будет относиться к персонафикациям, которые несет бренд Mastercard?
- 79) Персонафикация бренда это:
- 80) К базовым потребностям, связанных с определенной товарной категорией будут относиться:
- 81) Целевая аудитория бренда:
- 82) Психологический портрет потребителя можно описать через
- 83) Потребительский инсайт - это:
- 84) Инсайт бренда можно описать как
- 85) В рекламе каких брендов обращаются к инсайту потребителя?
- 86) Персонафикацию бренда можно образно сформулировать через описания:
- 87) Как можно описать инсайт детского питания ФрутоНяня?
- 88) Схема поиска Инсайта предполагает исследование в области:
- 89) Какой вопрос будет «правильным» для поиска инсайта?
- 90) К базовым потребностям, связанных с определенной товарной категорией будут относиться:
- 91) Как можно определить суть бренда?
- 92) Выберите правильные выражения, характеризующие бренд:





- 93 Ключевой принцип бренда:
- 94 Для соблюдения ключевого принципа, необходимо вначале:
- 95 Что первично в исследовании бренда?
- 96 Что затрагивает поиск инсайта в первую очередь?
- 97 Positioning statement – это:
- 98 Сущность бренда раскрывается через:
- 99 В рекламе косметики KiKi целевой аудиторией были выбраны:
- 100 В рекламе косметики KiKi эмоциональной потребностью считается:

