



Маркетинг и PR в event-индустрии.фип_БАК_240523

- 1 Event-индустрия – это отрасль, которая...
- 2 Неверно, что при организации event-события маркетолог...
- 3 Неверно, что в event-индустрии используются инструменты... маркетинга
- 4 Главный ориентир event-маркетолога – это...
- 5 Установите соответствие между группами мероприятий и их видами:
- 6 Цель интегрированных маркетинговых коммуникаций – это...
- 7 Использование новых технологий на event-мероприятиях позволяет...
- 8 Неверно, что на успешное участие в профильных выставках влияет...
- 9 Партнерство и сотрудничество в организации event-мероприятия...
- 10 Определите последовательность этапов организации event-мероприятия:
- 11 При выборе формата и содержания корпоративных мероприятий важно учитывать...
- 12 К повышению мотивации сотрудников приведет...
- 13 Ключевой аспект в организации специальных мероприятий – это...
- 14 Для оценки результативности event-мероприятия эффективен метод...
- 15 Неверно, что преимущество использования социальных сетей в рамках event-мероприятия – это...
- 16 Внимание к продукту на выставке лучше всего привлекает...
- 17 При планировании event-мероприятия анализ целевой аудитории...





- 18) Неверно, что частью интегрированные маркетинговых коммуникаций является...
- 19) Основное предназначение корпоративных мероприятий – это...
- 20) Сформировать бизнес-среду и обсудить рыночные тенденции помогают...
- 21) Представьте, что ваша задача организовать конференцию по digital-маркетингу. Нужно максимально эффективно привлечь целевую аудиторию. Какую платформу вы выберете для маркетинговой коммуникации события?
- 22) Для получения данных на основе статической выборки, определяющей состав интервьюированных, используется...
- 23) Установите соответствие между типами исследований и их характеристиками:
- 24) Исследование и выявление наиболее эффективных средств коммуникаций, тестирование рекламных концепций, а также анализ эффективности воздействия и восприятия потребителем комплекса коммуникаций, включая восприятие бренда, оценку имиджа и репутации компании – это... исследования
- 25) Определите последовательность этапов анализа данных в исследованиях маркетинговых коммуникаций:
- 26) Инструмент для наглядной демонстрации результатов анализа данных – это...
- 27) Определите порядок проведения анализа портрета посетителя мероприятия:
- 28) Неверно, что целью маркетинговых исследований в event-индустрии является...
- 29) На этапе пост-мероприятия самый распространенный метод сбора информации – это...
- 30) ... исследования позволяют получить количественные данные
- 31) Неверно, что ... – это инструмент анализа в event-индустрии
- 32) При исследованиях в event-индустрии ... считаются вторичными
- 33) При проведении SWOT-анализа мероприятия к внутренним факторам относится ...



- 34 Преимущество применения качественных методов исследования в event-индустрии – это...
- 35 Отрицательные отзывы участников мероприятия следует понимать как...
- 36 Для продвижения мероприятия наиболее эффективной считается реклама...
- 37 С наименьшей вероятностью глубокий анализ социально-демографических данных потребуется для...
- 38 Наивысшую степень обратной связи от участников мероприятия дает...
- 39 При оценке эффективности рекламной кампании мероприятия важно учитывать...
- 40 Успех мероприятия измеряется в...
- 41 Представьте, что ваша компания занимается организацией корпоративного мероприятия. Ваша задача, как специалиста, решить, какие каналы коммуникации использовать для продвижения. Какой метод оценки эффективности каналов будет предпочтительнее?
- 42 Стратегия формирования положительного имиджа объекта коммуникации и стимулирования сбыта – это... стратегия
- 43 Цель коммуникативной стратегии – это...
- 44 Цели по системе SMART должны соответствовать...
- 45 К задаче коммуникационной стратегии относится...
- 46 ... – это способность компании соответствовать ожиданиям клиентов
- 47 Укрепить имидж компании в event-индустрии поможет...
- 48 Имиджевый план в event-индустрии помогает определить...
- 49 Эффективность стратегий коммуникаций помогает оценить...
- 50 Компании важно регулярно оценивать эффективность своих стратегий коммуникаций для...
- 51 Конкурентным преимуществом в event-индустрии является...





- 52) Укрепить имидж компании при проведении благотворительных акций помогает...
- 53) К последствиям неправильно спланированных и реализованных стратегий коммуникаций может быть...
- 54) На формирование имиджа компании в event-индустрии может повлиять...
- 55) Имидж компании – это...
- 56) Установите соответствие между видами имиджа и их составляющими:
- 57) Привлечь внимание и доверие аудитории помогает компании...
- 58) Анализ эффективности стратегий коммуникаций включает в себя...
- 59) ... помогает компании укрепить положительный имидж
- 60) Управление репутацией компании в event-индустрии – это...
- 61) На успешность проведения мероприятий и акций компании может повлиять...
- 62) Представьте, что вы маркетолог в крупной компании. Ваша задача Вы спланировать кампанию в социальных сетях для предстоящего фестиваля. Какое сообщение вы подчеркнете, чтобы выделить ваше тщательное внимание к деталям и чувству стиля, ключевым аспектам имиджа вашего бренда?
- 63) Путь клиента от первого касания с ресурсами компании до завершения покупки – это... продаж
- 64) Максимально точно определить целевую аудиторию мероприятия поможет...
- 65) Для привлечения внимания к мероприятию в социальных сетях предпочтительно использовать...
- 66) Метод cross-promotion при организации событий заключается в...
- 67) Event-marketing отличается от традиционного маркетинга...
- 68) Установите последовательность этапов разработки стратегии event-маркетинга:
- 69) Неверно, что частью процесса post-event маркетинга является...





- 70) Установите соответствие между инструментами интегрированных маркетинговых коммуникаций и их примерами использования в event-индустрии:
- 71) Для решения проблемы низкой посещаемости предыдущих мероприятий наиболее эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций может быть...
- 72) Для оценки успеха брендированного мероприятия могут быть применимы KPI... (выберите 2 варианта ответа)
- 73) События, которые проводятся только в сети Интернет – это... мероприятия
- 74) CRM-система в event-индустрии нужна для...
- 75) Отслеживать взаимодействие с клиентами позволяет функция... CRM-системы
- 76) Функция... CRM-системы связана с управлением продажами
- 77) Для демонстрации нового продукта технологичного стартапа лучше всего подойдет формат мероприятия...
- 78) Для оперативного информирования участников мероприятия о последних изменениях в программе подойдет...
- 79) Неверно, что к задачам event-менеджера относится...
- 80) Определите порядок использования инструментов интеграции при организации мероприятия:
- 81) Инфлюенс-маркетинг в event-маркетинге используется для...
- 82) В сообщениях при продвижении мероприятия должна присутствовать информация...
- 83) Представьте, что вы организываете крупную технологическую конференцию. Чтобы увеличить охват аудитории, вы решили использовать социальные сети. Какой контент вы бы использовали, чтобы привлечь внимание потенциальных участников и способствовать обсуждению конференции?
- 84) Интегрированные маркетинговые коммуникации – это...
- 85) Основной целью интегрированных маркетинговых коммуникаций является...





- 86 ... наиболее эффективен для построения долгосрочных отношений в B2B
- 87 ... поток – это упорядоченное движение информации, характеризующееся направлением, интенсивностью, плотностью и полезностью
- 88 Неверно, что в группу интегрированных маркетинговых коммуникаций входит...
- 89 Ключевым преимуществом интегрированных маркетинговых коммуникаций для B2B рынка является...
- 90 ... предпочтительнее использовать на B2B рынке для демонстрации технически сложного продукта
- 91 Персональные продажи предпочтительно используются для...
- 92 Установите соответствие между типами интегрированных маркетинговых коммуникаций и описаниями к ним:
- 93 Определите последовательность действий при разработке стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций:
- 94 Неверно, что ... повлияет на выбор интегрированных маркетинговых коммуникаций в B2B маркетинге
- 95 ... имеет наибольшую отдачу (ROI) в контексте IT-отрасли на B2B рынке
- 96 Как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций можно классифицировать...
- 97 Для измерения эффективности пресс-релизов на B2B-рынке используется...
- 98 ... входит в B2B коммуникационный пакет для продукта высоких технологий
- 99 При разработке B2B интегрированных маркетинговых коммуникаций основным подходом является...
- 100 Определите порядок применения коммуникационных каналов для улучшения воздействия в сегменте B2B:
- 101 ...наиболее чувствителен к содержательным маркетинговым коммуникациям
- 102 ... предпочтительно для укрепления отношений с текущими B2B клиентами





- 103 Определите порядок разработки интегрированной маркетинговой коммуникационной стратегии для нового B2B продукта:
- 104 Представьте, что вы работаете в компании, которая предоставляет услуги по организации деловых мероприятий для других компаний. Вы заметили, что клиенты часто не осознают все преимущества комплексного подхода к организации мероприятий, предпочитая заказывать услуги по отдельности. Какой элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций вы бы использовали, чтобы улучшить ситуацию?
- 105 При создании ключевых маркетинговых мероприятий, ключевым методом является...
- 106 Установите соответствие между инструментами коммуникации и их характеристиками:
- 107 Интегрированные маркетинговые коммуникации – это...
- 108 Неверно, что к основным составляющим маркетингового микса в event-индустрии относится...
- 109 Цель социальных медиа в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций на event-мероприятиях – это...
- 110 Пример прямого маркетинга в event-индустрии – это...
- 111 Формой мерчандайзинга на event-мероприятии является...
- 112 Определите последовательность этапов организации event-мероприятия:
- 113 Внимание к продукту на выставке лучше всего привлекает...
- 114 На участие в мероприятии, а не на его организацию, ориентировано...
- 115 В контексте маркетинга в экономике впечатлений важно, чтобы каждое соприкосновение клиента с брендом было...
- 116 Touchpoint в контексте интегрированных маркетинговых коммуникаций – это...
- 117 Определите последовательность элементов процесса планирования маркетинговых коммуникаций:
- 118 Установите соответствие между типами мероприятий и их краткими описаниями:





- 119 Неверно, что для продвижения event-мероприятия эффективно...
- 120 Неверно, что частью интегрированных маркетинговых коммуникаций является...
- 121 Основная задача корпоративных мероприятий – это...
- 122 Медиапартнеры на event-мероприятиях играют роль по...
- 123 С наибольшей вероятностью, к повышению мотивации сотрудников приведут...
- 124 Определите порядок действий при организации event-мероприятия:
- 125 Анализ портрета посетителя мероприятия включает в себя...
- 126 Определите порядок проведения анализа портрета посетителя мероприятия:
- 127 Маркетинговые исследования в event-индустрии проводятся для...
- 128 Определите порядок этапов исследования рынка в event-индустрии:
- 129 При выборе инструмента для сбора данных важна...
- 130 Примером качественного исследования является...
- 131 При PEST-анализе оцениваются...
- 132 На выбор метода исследования в event-индустрии меньше всего влияет... исследования
- 133 В проведении фокус-групп обычно участвует...
- 134 Преимущество качественно исследования – это...
- 135 Маркетинговая коммуникация – это...
- 136 Цель исследований в маркетинговых коммуникациях – это...
- 137 Неверно, что методом сбора первичных данных в маркетинговых исследованиях является...





- 138 Неверно, что для оценки отклика аудитории на мероприятии эффективным инструментом является...
- 139 Установите соответствие между типами исследований и их характеристиками:
- 140 Определите последовательность этапов анализа данных в исследованиях маркетинговых коммуникаций:
- 141 Инструмент для наглядной демонстрации результатов анализа данных – это...
- 142 На этапе пост-мероприятия самый распространенный метод сбора информации – это...
- 143 Неверно, что ... – это инструмент анализа в event-индустрии
- 144 Стратегия формирования положительного имиджа объекта коммуникации и стимулирования сбыта – это... стратегия
- 145 Цель коммуникативной стратегии – это...
- 146 Цели по системе SMART должны соответствовать...
- 147 К задаче коммуникационной стратегии относится...
- 148 ... – это способность компании соответствовать ожиданиям клиентов
- 149 Укрепить имидж компании в event-индустрии поможет...
- 150 Имиджевый план в event-индустрии помогает определить...
- 151 Эффективность стратегий коммуникаций помогает оценить...
- 152 Компании важно регулярно оценивать эффективность своих стратегий коммуникаций для...
- 153 Конкурентным преимуществом в event-индустрии является...
- 154 Укрепить имидж компании при проведении благотворительных акций помогает...
- 155 К последствиям неправильно спланированных и реализованных стратегий коммуникаций может быть...
- 156 На формирование имиджа компании в event-индустрии может повлиять...





- 157 Имидж компании – это...
- 158 Установите соответствие между видами имиджа и их составляющими:
- 159 Привлечь внимание и доверие аудитории помогает компании...
- 160 Анализ эффективности стратегий коммуникаций включает в себя...
- 161 ... помогает компании укрепить положительный имидж
- 162 Управление репутацией компании в event-индустрии – это...
- 163 На успешность проведения мероприятий и акций компании может повлиять...
- 164 Путь клиента от первого касания с ресурсами компании до завершения покупки – это... продаж
- 165 Максимально точно определить целевую аудиторию мероприятия поможет...
- 166 Для привлечения внимания к мероприятию в социальных сетях предпочтительно использовать...
- 167 Метод cross-promotion при организации событий заключается в...
- 168 Event-marketing отличается от традиционного маркетинга...
- 169 Установите последовательность этапов разработки стратегии event-маркетинга:
- 170 Неверно, что частью процесса post-event маркетинга является...
- 171 Установите соответствие между инструментами интегрированных маркетинговых коммуникаций и их примерами использования в event-индустрии:
- 172 Для решения проблемы низкой посещаемости предыдущих мероприятий наиболее эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций может быть...
- 173 Для оценки успеха брендированного мероприятия могут быть применимы KPI... (выберите 2 варианта ответа)
- 174 События, которые проводятся только в сети Интернет – это... мероприятия





- 175) CRM-система в event-индустрии нужна для...
- 176) Отслеживать взаимодействие с клиентами позволяет функция... CRM-системы
- 177) Функция... CRM-системы связана с управлением продажами
- 178) Для демонстрации нового продукта технологичного стартапа лучше всего подойдет формат мероприятия...
- 179) Для оперативного информирования участников мероприятия о последних изменениях в программе подойдет...
- 180) Неверно, что к задачам event-менеджера относится...
- 181) Определите порядок использования инструментов интеграции при организации мероприятия:
- 182) Инфлюенс-маркетинг в event-маркетинге используется для...
- 183) В сообщениях при продвижении мероприятия должна присутствовать информация...
- 184) Интегрированные маркетинговые коммуникации – это...
- 185) Основной целью интегрированных маркетинговых коммуникаций является...
- 186) ... наиболее эффективен для построения долгосрочных отношений в B2B
- 187) ... поток – это упорядоченное движение информации, характеризующееся направлением, интенсивностью, плотностью и полезностью
- 188) Неверно, что в группу интегрированных маркетинговых коммуникаций входит...
- 189) Ключевым преимуществом интегрированных маркетинговых коммуникаций для B2B рынка является...
- 190) ... предпочтительнее использовать на B2B рынке для демонстрации технически сложного продукта
- 191) Персональные продажи предпочтительно используются для...
- 192) Установите соответствие между типами интегрированных маркетинговых коммуникаций и описаниями к ним:





- 193) Определите последовательность действий при разработке стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций:
- 194) Неверно, что ... повлияет на выбор интегрированных маркетинговых коммуникаций в B2B маркетинге
- 195) ... имеет наибольшую отдачу (ROI) в контексте IT-отрасли на B2B рынке телевизионная реклама
- 196) Как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций можно классифицировать...
- 197) Для измерения эффективности пресс-релизов на B2B-рынке используется...
- 198) ... входит в B2B коммуникационный пакет для продукта высоких технологий
- 199) При разработке B2B интегрированных маркетинговых коммуникаций основным подходом является...
- 200) Определите порядок применения коммуникационных каналов для улучшения воздействия в сегменте B2B:
- 201) ...наиболее чувствителен к содержательным маркетинговым коммуникациям
- 202) ... предпочтительно для укрепления отношений с текущими B2B клиентами
- 203) Определите порядок разработки интегрированной маркетинговой коммуникационной стратегии для нового B2B продукта:

