



Маркетинговые коммуникации в индустрии красоты и фитнеса.ти

- 1 Такой продукт, как йогурт, относится к ... потребности
- 2 Случай, когда потребитель выбирает что-то конкретное под воздействием эффективного общения со стороны производителя или продавца, включая разработку и представления коммуникаций, называется ... потребность
- 3 Исследования и использование результатов для повышения эффективности продвижения на потребительский рынок – это ...
- 4 Когда производитель или продавец не представляет уровня подготовки потенциального потребителя или по каким-либо причинам не хочет учитывать эти факторы, происходит такая ошибка, как ...
- 5 Задача рекламы (коммуникации) – это ...
- 6 Цель маркетинга – это ...
- 7 Действия организации по продвижению и представлению расширенного ассортимента у специалистов получили название ... маркетинг
- 8 Неверно, что на восприятие производителем ценности и полезности предложения влияет такой фактор, как ...
- 9 Формирование ценовой политики происходит на основе ...
- 10 Негативная реакция потенциальных потребителей на рекламу говорит о том, что ...
- 11 Маркетинговые коммуникации – это ... деятельности предприятия на рынке
- 12 Продвижение товара или услуги – это искусство ...
- 13 Товары, продукты и услуги, которые производятся, формируются, оформляются и представляются производителем для удовлетворения потребностей потребителей, – это ...
- 14 Воссозданная потребность – это ...





- 15) К самым главным или основным задачам организаций и специалистов маркетинговых коммуникаций можно отнести формирование такой
- 16) К местам и мероприятиям, где возможен непосредственный контакт производителя (продавца) и потенциального потребителя, можно отнести ...
- 17) Неверно, что функцией продвижения является ...
- 18) Неверно, что к основным ошибкам при подготовке и формировании коммуникаций производителем или продавцом относится ...
- 19) К основным задачам маркетинга относят ...
- 20) К видам продвижения товаров или услуг относят ...
- 21) Показателем положительного восприятия предложения у потребителя является ...
- 22) Основной причиной некачественного общения с потребителями, в том числе с использованием коммуникаций, является ...
- 23) Основная задача блока исполнительного директора – ...
- 24) Возможность не только найти факты, но и оценить перспективы выбираемой сферы предпринимательской или объекта продажи относят к достоинствам такого метода изучения потребительского и товарного рынков как изучение ...
- 25) Любая форма сообщений, используемых предприятием для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях или о самом предприятии с целью активизации продажи и формирования положительного образа предприятия на рынке, – это ...
- 26) Любая оплачиваемая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг, прежде всего через средства массовой информации от имени известного инициатора, – это ...
- 27) Действия по представлению объекта продажи могут быть ...
- 28) Блок ... организующей структуры проводит исследование потребителей для оценки изменения их мнения по отношению к компании и объекту продажи
- 29) Неверно, что блок ... является основным элементом организующей структуры





- 30 Неверно, что продвижение ...
- 31 Особенностью такого рекламного изображения, как ..., заключается в том, что каждый пользователь может самостоятельно менять и редактировать его по своему вкусу, а при нажатии на него мышкой автоматически происходит переадресация на веб-сайт рекламодателя
- 32 Использование возможностей рекламы в сети Интернет связано с разработкой и созданием ...
- 33 Личная продажа – это ...
- 34 Для планирования объемов производства ...
- 35 В продвижении товаров, о которых потребителям хорошо известно, главное – это ...
- 36 Неверно, что к методам, которые наиболее часто используются при проведении изучения потребительского и товарного рынков, относится изучение ...
- 37 Неверно, что к основным действиям по продвижению объекта продажи относят ...
- 38 Неверно, что основной функцией блока исполнительного директора является контроль за ...
- 39 К основным средствам продвижения относится ...
- 40 Недостатком метода изучения печатных источников информации является ...
- 41 Достоинством такого направления изучения потребительского и товарного рынков, как посещение выставок и научно-технических конференций, является ...
- 42 Недостатком такого направления изучения потребительского и товарного рынков, как изучение эффективности работы конкретных организаций, является то, что ...
- 43 Использование ... предполагает работу с не значительной, но целевой аудиторией потребителей
- 44 Радиожурнал – это ...
- 45 В рамках ... подхода реклама рассматривается как средство формирования комфортного внутреннего состояния человека





- 46) Массовый охват потенциальных потребителей и гибкость корректировки под требования территориальных групп является достоинством ...
- 47) В рамках экономического подхода реклама рассматривается, как ...
- 48) Манипулятивный потенциал рекламы выражается через ... функцию рекламы
- 49) Такая линия коммуникаций, как ..., имеет низкую эффективность в связи с обезличиванием потребителей
- 50) ... витрины осуществляют презентацию локальной части товаров одной группы, к примеру часов фирмы Citizen
- 51) Такое рекламное средство, как ..., является наиболее массовым
- 52) Такой вид наружной рекламы, как ..., свидетельствует о финансовой устойчивости и процветании фирмы
- 53) Такой прием выкладки продукции в витрине, как ... композиция, характерен для товаров, функционирование которых связано с динамикой спортивных принадлежностей, садового инвентаря не крупного масштаба, бижутерии
- 54) Принцип «...» рекомендуют использовать специалисты, занимающиеся формированием коммуникаций, для эффективного восприятия предложения
- 55) Такой элемент, как ..., при формировании коммуникаций используется для того, чтобы сообщить информацию
- 56) Реклама в сфере бизнеса ...
- 57) Реклама в социальной сфере ...
- 58) Прессовая реклама отличается от других видов печатной рекламы ...
- 59) Рекламный ролик – это ...
- 60) Неверно, что к видам печатной рекламы относится ...
- 61) Неверно, что носителем информации является ...
- 62) Действенный источник информации – это источник, который соответствует принципу ...





- 63 Закон о рекламе запрещает использовать чужие марки и бренды без согласия владельцев при...
- 64 К такому типу композиции в статичной рекламе, как метод «...», относится следующая характеристика «...в воображаемых ячейках-прямоугольниках помещаются иллюстрации предметов, а заголовок и текст открывают и завершают композицию»
- 65 Прием, в котором производитель представляет для получения мгновенного и положительного восприятия свой неизвестный или мало известный объект продажи на фоне известных, любимых и желаемых или событий, явлений, предметов, которые вызывают у потребителей ассоциации, улучшающие восприятие фактов, называется ...
- 66 Связка опорных точек у мужчин в возрасте 26-30 выглядит как «...»
- 67 ..., согласно теории восприятия цветов и форм профессора Иттена, соответствует фиолетовому цвету
- 68 ... соотношения линейных отрезков образуются пропорциями, близкими 1 1
- 69 Красный цвет вызывает такие ассоциации, как ...
- 70 Реклама, выполненная в лирической тональности, обладает ...
- 71 Наиболее благоприятным для восприятия считается сочетание ...
- 72 ... контраст выражается резкой противоположностью цветовых пятен при их равновесии, обеспечивающем целостность всей композиции
- 73 ... гармония позволяет зрительно увеличивать и выделять цвета и предметы
- 74 Создателем «Букваря по цвету» является ...
- 75 Такие жанровые объединения, как соната, симфония, вариации, сонет, основаны на принципе ...
- 76 При применении метода ... используются такие характеристики человека, как желание быть не хуже других, соответствовать определенному статусу или считаться человеком с тонкими эмоциями и чувствами
- 77 У человека низкий потенциал выживания, если у него уровень тона, антагонизм ... 2,0





- 78 Интерес характеризуется ...
- 79 Монохроматическую гармонию характеризует ...
- 80 Неверно, что для получения результатов при использовании метода «Доверенные лица» необходимо ...
- 81 Деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения позиций и/или поведения целевых аудиторий по отношению к конкретному продукту (товару), называется маркетинг ...
- 82 Любая деятельность по организации и осуществлению рыночных коммуникаций, направленная на формирование общественного мнения в заданном направлении посредством продвижения стратегической идеи в общественное сознание, называется ...
- 83 Организация, предоставившая товары или услуги бесплатно или по сниженным ценам, называется ... спонсор
- 84 Целенаправленный систематический поиск спонсорских (или других) средств для осуществления тех или иных проектов (программ, акций) и/или поддержки тех или иных институтов называется ...
- 85 Паблик рилейшнз (public relations) в финансах определяется как ...
- 86 На первом этапе жизненного цикла продукта ставится такая маркетинговая задача, как ...
- 87 С середины XX в. характерна такая модель паблик рилейшнз, как ...
- 88 Конечная цель PR в финансовой сфере – ...
- 89 Содержание информационного блока пресс-релиза (press-release) включает ...
- 90 ... интервью предполагает предварительное ознакомление с вопросами, хотя и не исключает новых, незапланированных вопросов, которые могут возникнуть у корреспондента
- 91 Неверно, что в организации презентаций применяется такой принцип, как ...
- 92 К лидерам общественного мнения относят ...





- 93) На этапе ... процесса разрешения PR-проблем, согласно концепции С. Катлипа, А. Сентера и Г. Брума, вырабатывается программа работы с общественностью, с целевыми группами, определяются задачи и содержание практических шагов, стратегия и тактика коммуникации
- 94) Брифинг посвящается ...
- 95) Пресс-релиз (press-release) – это ...
- 96) Лоббирование – это ...
- 97) Неверно, что к требованиям, согласно которым происходит формирование идеи информационного сообщения, относится то, что идея ...
- 98) Неверно, что основной задачей PR в коммерции и промышленности является ...
- 99) Неверно, что к основным целям современных спонсорских программ относится ...
- 100) К функциям паблик рилейшнз в русле обеспечения социальных действий относится ...
- 101) Самым распространенным способом передачи информации в прессе, первым по значимости средством PR является ...
- 102) Особенно важны мероприятия по стимулированию сбыта (СТИС) важны, когда ...на рынке ...
- 103) В чем заключается Главное отличие между процессами продажи и рекламы заключается в том, что ...
- 104) Американская маркетинговая ассоциация определяет мерчандайзинг как ...
- 105) Кратковременная прогрессивная система скидок, предлагаемая торговой сети или непосредственно потребителю, чтобы побудить их купить товар, – это ...
- 106) Неверно, что ... решается с помощью директ-маркетинга
- 107) ... эффекты следует различать в деятельности ФОССТИС (службы Формирования спроса и стимулирования сбыта)
- 108) Важнейшая задача службы Формирования спроса и стимулирования сбыта – это ...





- 109) Цель мерчандайзера – это ...
- 110) Значение мероприятий по стимулированию сбыта (СТИС) по отношению к продавцам – это ...
- 111) Неверно, что для поддержания морального духа продавцов используют ...
- 112) При выкладке товаров следует соблюдать правило – ...
- 113) Такой метод стимулирования сбыта, как ..., позволяет продавать и дорогие товары, и больше товаров по невысокой цене
- 114) Такой прием стимулирования сбыта при продаже в рассрочку, как ..., может подтолкнуть покупателей к совершению покупки, как правило, сравнительно дорогостоящих товаров
- 115) Неверно, что при делении торговой зоны на сектора для каждого продавца учитывают ...
- 116) Директ-маркетинг – это ...
- 117) Быстрой продаже товара способствует ...
- 118) Персональные продажи – это ...
- 119) Неверно, что важнейшим элементом стимулирования сбыта является ...
- 120) Фактором товара, влияющим на сбыт, является ...
- 121) Позиционирование (по Г. Почепцову) складывается из ...
- 122) Символы, абстрактные изображения, композиции относятся к ... знакам
- 123) Процесс позиционирования, в результате которого отобранные характеристики заостряются, утрируются, выпячиваются; при этом отбрасываются качества, которые не являются сильными, с точки зрения потребителя, – это ...
- 124) Набор постоянных элементов (словесных, графических, цветовых и пр.), которые, действуя совместно, обеспечивают визуальное и смысловое единство товаров (услуг) фирмы, всей исходящей от нее информации, ее внутреннего и внешнего оформления, – это ...



125

Постоянный рекламный лозунг, девиз, фигурирующий в рекламном обращении и заменяющий товарный знак в звуковой рекламе, – это

...

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



WhatsApp



Telegram



Max

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