



## Маркетинговые коммуникации.01

- 1) Разработка программы маркетинговых коммуникаций начинается с ...
- 2) ... – это отдельное лицо или организация, передающие информацию
- 3) ... – это сторона, принимающая сообщение, т.е. целевая аудитория
- 4) Вид маркетинговых коммуникаций, который характеризуется раздачей образцов, организацией выставок, скидками, – это ...
- 5) Вид маркетинговых коммуникаций, который характеризуется подготовкой информации для прессы, выступлениями, семинарами, называется ...
- 6) Вид маркетинговых коммуникаций, который характеризуется торговыми встречами, раздачами образцов, – это ...
- 7) Вид маркетинговых коммуникаций, который характеризуется использованием электронной почты, почтовых рассылок, – это ...
- 8) Под средством продвижения подразумевается способ донесения информационного сообщения до ...
- 9) Каналы коммуникаций делятся на ...
- 10) ... роль рекламы подразумевает информирование о новинках, тенденциях
- 11) ... реклама используется на начальной стадии продвижения товара
- 12) ... может содержать девиз: «Сбавь скорость! Тебя дождутся!»
- 13) ... предназначена в основном для юридических лиц
- 14) ... носит локальный характер и характеризуется тем, что рекламируется определенная торговая точка, предлагающая разнообразные товары
- 15) Наименее эффективным типом рекламы является ...
- 16) Реклама, подразумевающая возможность потребителя откликнуться (по телефону, почте, Интернету) и дистанционно заказать товар, называется ...



- 17) Юридические или физические лица, являющиеся источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы, – это ...
- 18) Юридические или физические лица, до сведения которых доводится или может быть доведена реклама, следствием чего является или может являться соответствующее воздействие рекламы на них, – это ...
- 19) Расе-модель относится к такому виду маркетинговых коммуникаций, как ...
- 20) Документ PR, который является основным при общении с прессой, – это ...
- 21) Документ PR, который содержит информацию в виде графиков, таблиц, схем, – это ...
- 22) Документ PR, содержащий информацию о состоянии того или иного рынка, на котором работает компания, – это ...
- 23) Документ PR, который может содержать в себе все основные документы, – это ...
- 24) Неверно, что ... PR относится к основным видам PR-деятельности
- 25) ... – это неличностное стимулирование спроса на товар посредством публикаций и презентаций в СМИ
- 26) Неверно, что ... относится к преимуществам PR-агентств
- 27) К преимуществам PR-служб относится ...
- 28) Стимулирование сбыта, когда две или более компаний объединяются для проведения какой-либо акции, называется ... стимулированием
- 29) Тест-драйв автомобиля – это ...
- 30) Тип маркетинговых коммуникаций, к которому относятся раздача образцов, промышленные выставки и ярмарки, а также демонстрации, – это ...
- 31) Другое название денежных компенсаций – ...
- 32) Стимулирование сбыта является мероприятием ...
- 33) Сравнение основных показателей сбыта до, во время и после проведения кампании называется ...





- 34) Товары, предлагаемые по низкой цене или бесплатно при покупке определенного товара, относят к категории «...»
- 35) Стимулирование сбыта направлено на ...
- 36) Для предприятия основным преимуществом от использования Интернета является ...
- 37) Этап работы с торговыми сотрудниками, на котором отсеивается больше всего кандидатов, – это ... торговых представителей
- 38) Основное преимущество прямого маркетинга, которое актуально и для продавцов, и для покупателей, – это ...
- 39) ... ездит на переговоры с возможными заказчиками с целью заключения сделок
- 40) Технические вопросы решает ...
- 41) Интерактивная система, которая использует различные средства распространения информации для получения прямого потребительского отклика, называется ...
- 42) Основное преимущество использования интернет-маркетинга для покупателей – это возможность ...
- 43) Основное преимущество интернет-маркетинга для продавцов – в ...

