



Медиастратегия и маркетинг.фдир_МАГ

- 1) Что означает термин «реклама» (reclamare)?
- 2) Какой из следующих типов аудитории СМИ называют непосредственной?
- 3) Цель имиджевой рекламы –
- 4) Какой из этапов НЕ входит в структуру рекламной кампании?
- 5) Что из перечисленного относится к индикаторам рекламной кампании?
- 6) Что характеризует конкурентную среду на рекламном рынке?
- 7) Что из ниже перечисленного является неосновным субъектом рекламного рынка?
- 8) Какой канал коммуникации в рекламе чаще всего используется для отсроченной обратной связи?
- 9) Цепочка воздействия рекламы на потребителя называется:
- 10) Какое из утверждений о медиапланировании неверно?
- 11) Креативный прием «увеличение-уменьшение» заключается в том, что:
- 12) В чем суть приема «контекст» в рекламе?
- 13) Что относится к типам рекламных стратегий?
- 14) Что является основной задачей медиастратегического планирования?
- 15) Какая аудитория считается вторичной?
- 16) Какой из приемов креатива основан на использовании юмора?
- 17) В чем заключается метод «экспресс-тестинг»?
- 18) Что НЕ относится к элементам структуры рекламной кампании?





- 19) Что означает термин «медиастратегия»?
- 20) Что характерно для имиджевой рекламы?
- 21) Реклама – это коммуникация с _____ обратной связью.
- 22) Цепочка воздействия рекламы на потребителя обозначается аббревиатурой _____.
- 23) В структуре рекламной кампании контроль за исполнением относится к этапу _____.
- 24) В медиапланировании важным параметром является максимизация _____ при заданном бюджете.
- 25) Аудитория, которая получает информацию от первичной аудитории, называется _____.
- 26) Метод экспресс-тестинга используется для оценки _____ и дизайна продукции.
- 27) Соотнесите типы аудитории СМИ с их определениями:
- 28) Соотнесите приемы креатива с их описаниями:
- 29) Расположите этапы разработки медиастратегии в правильном порядке:
- 30) Расположите элементы структуры рекламной кампании по технологическому процессу:

