



Основы медиапланирования.э

- 1 В англоязычной литературе, которой в основном и пользуются медиапланеры, различие между медиа (СМИ) и носителями выражено двумя терминами ...
- 2 Закупкой рекламного эфира на телеканалах занимаются ...
- 3 Комбинированная схема продаж предполагает, что продажи осуществляются ...
- 4 Обычно медиаселлер может рассчитывать на ... от объема привлеченных рекламных бюджетов на телеканал
- 5 С точки зрения медиапланера все медиа рассматриваются исключительно как ...
- 6 К нетрадиционным медиа относят ...
- 7 Если перед медиапланером встает задача продвижения какого-то специального товара, то в первую очередь рассматриваются ... медиа
- 8 Телевидение оказывает гораздо более сильное, чем радио, эмоциональное воздействие на потребителя за счет ...
- 9 Телевизионные каналы делятся на ...
- 10 Издания (пресса) делятся на такие категории, как ...
- 11 В 1990 г. в России появилась первая частная радиостанция – «...»
- 12 Как информационная радиостанция позиционирует себя «...»
- 13 Наиболее популярным видом транспорта у москвичей является ...
- 14 Показатель, определяющий среднее количество рекламных объявлений, которое видит средняя домашняя хозяйка в неделю, – это ...
- 15 Самое измеряемое медиа – это ...
- 16 Одним из основоположников теории интегрированных маркетинговых коммуникаций является ...





- 17) Директ-маркетинг предполагает ...
- 18) В среднем взрослый москвич совершает на метро примерно
- 19) «Сейлз промоушн» – это ...
- 20) Мерчандайзинг – это ...
- 21) С точки зрения интегрированных маркетинговых коммуникаций, как и коммуникации вообще, рекламная коммуникация представляет собой последовательность из ...
- 22) Главной особенностью первой фазы коммуникации является ...
- 23) Обращают внимание на рекламу в метро во время каждой поездки около ... москвичей
- 24) Контроль предъявления рекламного объявления (Advertising exposure control) показывает ...
- 25) Обычно показатель PUT ...
- 26) Рейтинг представляет собой ...
- 27) Показателем, характеризующим наружную рекламу, является ...
- 28) Замеренные рейтинги для московской аудитории говорят о том, что существует два пика телесмотра – ...
- 29) Процент HUT, рассчитанный для конкретной программы, называется ...
- 30) Направленный (целевой) суммарный рейтинг – это ...
- 31) Медиапланирование – это вид деятельности, который предполагает ...
- 32) В основе выбора СМИ в качестве рекламоносителя лежит ...
- 33) К стоимостным характеристикам медиаплана относится ...
- 34) При рекламировании нового товара используется схема ...
- 35) При рекламировании уже известного на рынке товара используется ...



- 36 По формуле «Число телезрителей, видевших рекламу не менее n раз / Общая численность потенциальных телезрителей * 100 %» рассчитывается показатель ...
- 37 Потенциальной аудиторией телеканала называется ...
- 38 Проведение рекламной кампании предполагает использование нескольких видов маркетинговых коммуникаций ...
- 39 Сумма рейтингов всех размещений рекламы, предусмотренных в медиаплане, определяется термином ...
- 40 К исследованиям СМИ относят ...
- 41 К определению коммуникативной эффективности рекламы относят такой вид исследований, как ...
- 42 Сумма долей всех каналов за один промежуток времени должна быть равна ...
- 43 Для расчета суммарного рейтинга разных объявлений используется обобщенная формула «...»
- 44 Количество разных индивидуумов, которые были затронуты графиком прохождения рекламной компании за данный период времени, обычно представляется в виде процента и носит название ...
- 45 Средняя продолжительность жизни еженедельного журнала варьирует ...

