



Основы рекламы в гостинично-туристической индустрии.ти

- 1 Вид рекламы, позволяющий выявить пользователей, интересующихся турпродуктом, отелем, туристической зоной и переключить их внимание на турфирму, способную сделать соответствующее турпредложение, называется ...
- 2 Совокупность отраслей и видов деятельности, связанная с удовлетворением нематериальных потребностей человека в виде услуг, называется ...
- 3 Временные выезды граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания называются ...
- 4 Определение понятию «услуга» дает ...
- 5 Принцип взаимного доверия между производителем и потребителем означает ...
- 6 Непродолжительное неподвижное изображение рекламного сообщения, товарного знака или логотипа на экране (например, на фоне часов перед информационной программой), называется ...
- 7 Комплекс услуг, который оказывается одному потребителю на протяжении определенного промежутка времени, называется ... туристической услуги
- 8 Предприятия, существующие только за счет туризма и занимающиеся непосредственно обслуживанием туристов, называются туристическими предприятиями ...
- 9 Верным утверждением, которое можно трактовать как закон рекламы, является то, что ...
- 10 По способу воздействия на целевую аудиторию в туризме можно выделить ... рекламу
- 11 Принцип расширения сегмента спроса в рекламе гостинично-туристической индустрии означает ...





- 12) Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения называется ...
- 13) Верным утверждением, которое можно трактовать как особенность рекламы в сфере туризма, является то, что ...
- 14) Скрытой признается реклама, которая ...
- 15) Реклама, которая информирует всех заинтересованных юридических и физических лиц о рыночных возможностях фирмы (о наличии авиабилетов, местах в гостиницах, программах новых туров, скидках и комиссии), называется ...
- 16) Лицо, посещающее место временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в месте временного пребывания, называется ...
- 17) Для информирования потенциальных партнеров о деятельности турфирмы и ее рыночных возможностях используется ...
- 18) Текстово-графические, анимационные элементы, которые информируют интернет-пользователя о турпродукте или турфирме, называются ...
- 19) Вид рекламы, который позволяет охватить широкий географический и демографический диапазон целевой аудитории, а также дает возможность ориентировать рекламу именно тем, кому она будет интересна и полезна, называется ...
- 20) В рекламе гостинично-туристической индустрии принцип стабилизации аудитории спроса означает ...
- 21) Рекламный процесс инициируется ...
- 22) Организационно-хозяйственная единица, которая посредством объединения необходимых производственных средств осуществляет подготовку, исполнение и предоставление услуг туристам, используя для этого весь арсенал существующих методов управления, называется ...
- 23) Рекламный слоган – это ...





- 24) Оперативно сделанный видеосюжет о значимом для туристического предприятия мероприятии или событии называется ...
- 25) Принцип расширения рынка предложений в гостинично-туристической индустрии означает ...
- 26) Два вида рекламы, которые можно выделить в туризме в зависимости от объекта рекламирования, – это ... реклама
- 27) Принцип стабилизации прибыли в рекламе гостинично-туристической индустрии означает...
- 28) Устойчивый образ какого-либо явления, которым пользуются как известным «сокращением» при взаимодействии с этим явлением, называется ...
- 29) Комплекс рекламных мероприятий, предназначенных для определенного сегмента рынка и рассчитанных на определенное время, называется ...
- 30) Вид рекламы, при котором по специально подобранным адресам туристских фирм и частных лиц рассылаются рекламные материалы в определенные периоды с использованием списка адресов (банк данных), называется ...
- 31) Регулярно организуемые рыночные мероприятия с ограниченным временем проведения, где экспонентами выступают товары и услуги одной или нескольких отраслей, реализуемые преимущественно на основе выставочных образцов, называются ...
- 32) Принцип опережающего предложения в гостинично-туристической индустрии означает ...

