



Основы рекламы в ресторанном бизнесе.ти

- 1 Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, – это ...
- 2 Услуга обладает ...
- 3 Тематические телепрограммы государственных средств информации о деятельности органов государственной власти ...
- 4 Сервисная деятельность – это ...
- 5 Предприятие общественного питания – это ...
- 6 Рекламные тексты от публицистических и пропагандистских отличаются ...
- 7 Реклама, которая оказывает неосознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, в Законе РФ «О рекламе» называется ...
- 8 К специализированным ресторанам относятся ...
- 9 К ресторанам быстрого обслуживания относятся ...
- 10 Под критерием «миллайн» понимается стоимость публикации одной расчетной строки рекламного текста в ... экземпляров тиража
- 11 Обратной связью в теории коммуникаций называют ...
- 12 Задача маркетинга на этапе покупки ...
- 13 Неверно, что при проектировании бюджета расходов на рекламу используется ...
- 14 Стратегия проталкивания направлена на ...
- 15 К приемам стимулирования сбыта для собственного торгового персонала относятся ...
- 16 Применение мероприятий по стимулированию сбыта совместно с рекламой ... воздействие на потребителя
- 17 Лучшим местом для рекламного обращения на газетной полосе считается ...





- 18) Понятие «безопасность услуги» можно определить, как ...
- 19) Под процессом обслуживания понимается ...
- 20) Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей, – это ...
- 21) Услуги питания кафе представляют собой ...
- 22) Услуги питания закусочной представляют собой ...
- 23) Услуги питания бара представляют собой ...
- 24) Совокупность услуг, индуцирующих спрос на материальные блага с целью наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей и тем самым способствующих увеличению доходов и рентабельности предприятия, можно определить, как ...
- 25) В ресторанах, ... класса предполагается гармоничность интерьера, комфортность и выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий, напитков сложного приготовления, в том числе и заказных
- 26) Услуга – это ...
- 27) По уровню обслуживания и номенклатуры предоставляемых услуг к ресторанам высшего класса относятся предприятия ...
- 28) Метод «рока-уоке» – это ...
- 29) Кейтеринг – это ...
- 30) При организации сложных услуг ресторанного сервиса ...
- 31) К полносервисным ресторанам относятся ...
- 32) Согласно ГОСТ Р 50646–94 «Услуги населению. Термины и определения» понятие «качество обслуживания» определяется, как ...
- 33) Качество услуг тесно переплетается ...





- 34) Предприятие, производящие кулинарную продукцию, кондитерские и булочные изделия и осуществляющие их реализацию на месте потребления – это ...
- 35) Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это ...
- 36) Тип меню, в котором указываются порционные блюда с индивидуальной ценой на каждое – это ...
- 37) Площадки с мусоросборниками должны быть удалены от окон и дверей помещений предприятия общественного питания не менее чем на ... м
- 38) Формула успеха в ресторанном бизнесе определяется ...
- 39) Специалисты по ресторанному бизнесу чаще всего оценивают рестораны по ...
- 40) Ресторанный продукт – это ...
- 41) Вид питания, при котором предусмотрен завтрак и обед, – это ...
- 42) Контактной зоной в ресторане может считаться ...
- 43) Отличительная особенность калифорнийского меню – это ...
- 44) С точки зрения руководства ресторана наиболее важным критерием расположения ресторана будет ...
- 45) Неверно, что система характеристик правильно спроектированной сервисной системы ...
- 46) Эффективность рекламной деятельности в ресторанном бизнесе определяется ...
- 47) Рекламный слоган в ресторанном бизнесе – это ...
- 48) Информационная реклама ресторанного продукта преимущественно используется на этапе ...
- 49) Реклама – это ...
- 50) Вывеска в ресторане – это ...
- 51) Основной нормативный правовой документ, который регулирует отношения по производству, размещению и распространению рекламы в ресторанном бизнесе, – это ...





- 52) Между понятиями ... разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров
- 53) Малоформатное нефальцованное или односгибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом, – это ...
- 54) Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это ...
- 55) Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя, – это ...
- 56) Информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, которое пробуждает интерес к ним, относится к ... рекламе
- 57) Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера – это ...
- 58) Предмет (объект) рекламного воздействия – это ...
- 59) Рекламодатель – это юридическое или физическое лицо, являющееся ...
- 60) «Эхо-фраза» представляет собой ...
- 61) Сущность рекламной деятельности – это ...
- 62) Основным преимуществом стимулирования сбыта является ...
- 63) В рекламе следует избегать ...
- 64) Основным недостатком радиорекламы можно назвать ...
- 65) Реклама, которая содержит информацию, порочащую физические и юридические лица, национальное достояние, государственные и религиозные символы, является ...
- 66) Неверно, что рекламная компания, направленная на оповещение пользователей Интернета о появлении нового сервера, включает такое мероприятие, как...
- 67) Такой недостаток, как конкурирование соседствующих объявлений, более всего свойственен ... рекламе





- 68 Согласно кодексу рекламной деятельности, реклама не должна содержать ссылки на частное лицо, занимающее высокий общественный пост ...

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



WhatsApp



Telegram



Max

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