



Основы рекламы.

- 1 Товар как рекламный объект может быть ...
- 2 Наиболее традиционным и привычным объектом рекламы являются ...
- 3 Реклама в розничной торговле – вид рекламы, применяемый ...
- 4 Реклама любого продукта, произведенного в промышленном или сельскохозяйственном секторе экономики, либо любого вида услуги, предлагаемого сервисными фирмами, – это ... реклама
- 5 В 2003 г. несколько рекламных агентств создали ассоциацию, которая называется ...
- 6 Изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо – это ...
- 7 Потребители рекламы – это ...
- 8 К заказчикам рекламы относятся ...
- 9 Цель ... рекламы – получить запросы на машины и оборудование, наладить сотрудничество в области кредитно-финансовых отношений
- 10 Рекламные материалы, которые размещаются непосредственно в местах продаж, – это ...
- 11 Эффективная реклама стремится ...
- 12 На соотношение поддерживающих аргументов и контраргументов, которые возникают у потребителей в процессе восприятия ими рекламы, влияет ...
- 13 ... процесс убеждения предполагает, что потребитель глубоко вовлечен в процесс рекламы, то есть серьезно обдумывает полученную информацию
- 14 Существует ... степени вовлеченности
- 15 Частое повторение рекламы важно ...
- 16 Процесс восприятия потребителем рекламы зависит от ...





- 17) Руководствуясь ..., рекламисты создают рекламные объявления с неординарной и выделяющейся рекламой
- 18) Мотивом, заставляющим потребителей обращаться к рекламе, является ...
- 19) Обычно различают ... распространения рекламы
- 20) СМИ с низкой избирательностью, воздействующее на широкую аудиторию – это ...
- 21) В России на рекламу в прессе тратится ... от всех расходов на рекламу
- 22) Первая российская газета «Ведомости» была напечатана в ...
- 23) В читательскую аудиторию ... газет входят руководители госучреждений, крупных фирм и компаний
- 24) Реклама «аутдор» (outdoor) – это ...
- 25) Рынок интернет-рекламы в России начал формироваться в ...
- 26) Вид рекламы, который реализуется для охвата целевой аудитории путем раздачи сувениров без каких-либо обязательств со стороны получающего, – это ...
- 27) Рекламой быстрого реагирования называют рекламу ...
- 28) Длительность блиц-ролика составляет ...
- 29) Творческая команда для эффективной рекламой деятельности должна иметь как можно больше достоверных сведений о ...
- 30) Термин «УТП» расшифровывается как «...»
- 31) Творческими группами в процессе поиска рекламных идей обсуждаются вопросы, касающиеся ...
- 32) Известно, что независимо от средств распространения информации реклама эффективнее, если она ...
- 33) Одним из видов рациональной рекламы является ...
- 34) Опровергающая реклама предназначается для ...
- 35) Одним из основных требований к разработке рекламного объявления является ...





- 36) Время восприятия рекламополучателем наружной рекламы обычно составляет ...
- 37) Признаком рекламы в сети Интернет является ...
- 38) К преимуществам телевизионной рекламы можно отнести ...
- 39) Отдел маркетинга осуществляет ...
- 40) Наблюдательный совет анализирует и дает оценку ...
- 41) В крупных агентствах вводится должность трафик-менеджера, который ...
- 42) Понятие сетевых рекламных агентств появилось в начале прошлого века в связи с ...
- 43) Сетевые агентства начали проявлять свою активность в России с ...
- 44) Агентства полного цикла (TTL-агентства) – это тип рекламных агентств, которые ...
- 45) Творческие агентства (дизайн-студии) ...
- 46) BTL-агентства ...
- 47) ATL-агентства ...
- 48) Основу торговой марки составляют ...
- 49) Создание и усиление торговой марки на рынке способствуют ...
- 50) Выделяют такие сегменты потребителей, как ...
- 51) Процесс определения места товара на рынке относительно других товаров одного класса путем выявления конкурентных преимуществ – это ...
- 52) Главным героем российской рекламы АО «МММ» стал ...
- 53) Метод определения целевых групп, в котором сегментация проводится на основе существующих обязательных различий, таких как различия между пожилыми и молодыми, активными и пассивными, сильными и слабыми, называется ...





- 54 Система группирования потребителей в соответствии с психологическими и социологическими теориями (VALS) была введена в ...
- 55 Измерение уровня осведомленности потребителей о новой торговой марке может основываться на ...
- 56 Набор ассоциаций, которые потребитель связывает с торговой маркой, включая физические характеристики товаров, – это ...
- 57 В априорном методе определения целевых групп используют различные показатели, такие как ...
- 58 Слово «реклама» произошло от латинского *reclamare*, что означает «...»
- 59 Над рекламными текстами работал поэт...
- 60 Первая крышная неоновая реклама капиталистической фирмы «Coca-Cola» появилась в России в ...

