



Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью

- 1 Второй по значимости канал распространения рекламы – это ...
- 2 Наиболее распространенный вид телерекламы – это ...
- 3 Рекламный ролик лучше снимать на ...
- 4 Стоимость рекламного времени зависит от ...
- 5 Самое дорогое время на телевидение под рекламу отводится ...
- 6 В разных странах на рекламу по телевидению рекламодатели тратят от 20–25 % своего бюджета, а в России ...
- 7 Одним из значительных минусов рекламы на телевидении для рекламодателей является ...
- 8 Появление первого рекламного ролика на телевидение состоялось в ...
- 9 Рекламный ролик в среднем длится ..., так как это оптимальное время для восприятия телезрителем рекламы
- 10 На телевидении запрещена реклама ...
- 11 Основным принципом формирования информации в рекламной деятельности является ...
- 12 По обеспечению управления рекламой выделяют ... информацию
- 13 Основными источниками внешней текущей информации являются ...
- 14 Основным методом сбора первичной информации является ...
- 15 Сбор информации предполагается, в частности, по направлению «...»
- 16 Потенциальный покупатель, которого рекламная информация ставит под сомнение его убеждения, может ...
- 17 К группе возможных целей рекламы можно отнести цели в области ...



- 18) Типичная цель рекламы – ...
- 19) Исходным пунктом рекламного исследования является ...
- 20) Эффективность рекламы во многом зависит от ...
- 21) Российская Федерация присоединилась к стандарту Союза европейского телевидения «Минимальные требования к исследованиям телеаудитории TV ARMS v.1.0» в ...
- 22) Один из основных показателей медиапланирования – это ...
- 23) Gross Rating Point выражается в ...
- 24) Среднее количество контактов данной кампании среди людей, охваченных этой кампанией, – это ...
- 25) Стоимость одного пункта рейтинга – это ...
- 26) Целевой аудиторией выбирают, как правило, группу потребителей, ...
- 27) Смещение прайм-тайма характерно для ...
- 28) Возможность оптимизации медиаплана обычно декларируется по двум критериям: ...
- 29) Охват прайм-тайма составляет ... еженедельного охвата аудитории телеканала
- 30) При планировании наружной рекламы самой распространенной ошибкой является предположение, что ее адресатом являются ...

