



Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью.м (2)

- 1 Творческая рекламная идея должна соответствовать требованиям эстетичности, что в свою очередь предполагает такие свойства, как ...
- 2 Важное требование для рекламы – эффективность рекламной идеи, критериями которой выступают ...
- 3 Метод ... предполагает выполнение четырех приемов, основанных на четырех типах аналогий (прямая, личная, символическая и фантастическая)
- 4 В методе «синектического штурма» ... аналогия (эмпатия) предполагает войти в образ потребителя и порассуждать с его точки зрения
- 5 Метод ... предусматривает перенесение признаков случайно выбранных объектов на тот, что помещен в фокус внимания, в результате чего получают необычные сочетания, новые качества, которые возбуждают цепь ассоциаций, необходимых для творческих решений
- 6 В числе основных методов для оценки продолжительности работ рекламного проекта – ..., называемая также оценкой сверху вниз
- 7 В числе основных методов для оценки продолжительности работ рекламного проекта – ..., которая представляет собой расчет продолжительности при различных наборах предположений
- 8 Такой метод оценки продолжительности работ рекламного проекта, как ..., подразумевает использование истинной продолжительности имевшей место ранее работы в качестве базы для оценки продолжительности похожей работы в будущем
- 9 Время, на которое можно задержать выполнение работ, не изменяя начала всех последующих работ, – это ...
- 10 Время, на которое может быть задержано выполнение работы без изменения продолжительности или сроков окончания всего проекта, – это ...
- 11 Говоря о трудовых ресурсах, можно утверждать, что ...
- 12 Говоря о невозобновляемых ресурсах, можно утверждать, что ...





- 13) Для оптимизации распределения ресурсов и, в частности, разрешения ресурсных конфликтов используются методы выравнивания ресурсов, в частности, ..., при котором работы планируется на более поздний срок за счет резерва времени до появления необходимого количества ресурса
- 14) Для оптимизации распределения ресурсов и, в частности, разрешения ресурсных конфликтов используются методы выравнивания ресурсов, в частности, ... – уменьшение интенсивности использования ресурса за счет увеличения продолжительности работы
- 15) Документ, совмещающий плановые доходы и расходы проекта и их взаимосвязь во времени, – это ...
- 16) Документ, содержащий список затрат проекта, полученных на основе объемов работ проекта, требуемых ресурсов и цен, структурированный по статьям, – это ...
- 17) Налоговые изменения, изменения в законодательстве, изменение валютных курсов, кризисные изменения в спросе или в предложении на рынке – все это примеры такого фактора неопределенности в рекламном проекте, как ...
- 18) При разработке и осуществлении рекламного проекта риск ...
- 19) Процесс управления рисками включает в себя ... – т.е. определение событий, которые могут отрицательно повлиять на проект
- 20) Процесс управления рисками включает в себя ..., т.е. процесс наблюдения за существующими рисками и идентификацию новых рисков
- 21) В рекламной практике используется, в частности, такой метод реагирования на риск, как ... риска, т.е. его игнорирование, а для покрытия возможных потерь – формирование резервов
- 22) Говоря о в командах управления рекламным проектом, можно утверждать, что в общем случае под «командой» понимается ...
- 23) ... структура – это тип организационной структуры рекламного проекта, представляющий собой иерархию, в которой для каждого члена проекта четко определен один вышестоящий руководитель, а члены проекта сгруппированы по направлениям деятельности
- 24) ... структура – это тип организационной структуры рекламного проекта, который ориентируется на потребности каждого конкретного проекта, максимально учитывает особенности правил инициатора проекта, рекламодателя, его ситуацию, рекламную политику организации-заказчика





- 25) План коммуникаций является составной частью плана проекта и включает в себя план ..., в котором определяются источники информации и методы ее получения
- 26) В числе различных видов коммуникаций, существующих в рамках проекта, выделяют ... коммуникации, которые требуют, чтобы получатель активно извлекал информацию из источника
- 27) Основное направление деятельности общественных организаций рекламистов – это обеспечение саморегулирования, и главным координационным центром общественных рекламных организаций в России является ...
- 28) В ходе рекламной кампании используют разные виды контроля, такие как внутрифирменный контроль (самоконтроль) и ... контроль, в том числе государственный и общественный контроль рекламной деятельности
- 29) ... – один из наиболее известных и часто избираемых методов посттестирования, в ходе которого респондентам показываются определенные рекламоносители и после этого задаются вопросы для определения того, было ли их отношение к фирме (рекламируемому товару) сформировано ранее или в результате воздействия рекламы
- 30) Для подсчета экономической эффективности специалистами используется метод расчета ..., осуществляемый по формуле $(\text{П} / \text{З}) * 100 \%$, где П – прибыль, полученная от рекламы; З – затраты на рекламу

