



Практика интегрированных бренд-коммуникаций.фдир_МАГ(3/3)

- 1 Укажите, что позволяет максимально эффективно интегрировать коммуникации:
- 2 Укажите, что определяет креативная стратегия:
- 3 Укажите, какая стратегия определяет, почему продукт будет иметь ценность
- 4 Укажите, какие стратегии составляют интегрированные коммуникации:
- 5 Укажите, что является первой ступенью в работе над интегрированными коммуникациями:
- 6 Укажите, как называется концепция, согласно которой труднопрогнозируемые и редкие события, которые имеют значительные последствия, имеют особые характеристики
- 7 Укажите название эмпирического правила, укладывающегося в формулу: «20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий — лишь 20% результата»
- 8 Укажите, какой принцип известен под названием «Бритва Оккама»:
- 9 Укажите, что представляет собой AdIndex:
- 10 Укажите, что формируется с помощью бренда:
- 11 Укажите, на каком этапе жизненного цикла продукта происходит активная борьба из-за постоянного улучшения продукта после запуска:
- 12 Укажите, чем характеризуется этап увядания в жизненном цикле продукта:
- 13 Укажите, как называется маркетинговая модель, включающая в себя этапы знания, предпочтения, покупки и лояльности:
- 14 Укажите, чем характеризуется ситуация с продвижением бренда, отражённая на схеме «Перевернутая пирамида»:
- 15 Укажите, чем характеризуется ситуация с продвижением бренда, отражённая на схеме «Песочные часы»:





- 16) Укажите, чем характеризуется ситуация с продвижением бренда, отражённая на схеме «Юла»:
- 17) Укажите, какие элементы комплекса маркетинга включает в себя модель МакКарти:
- 18) Укажите, какие элементы комплекса маркетинга включает в себя модель Котлера:
- 19) Укажите, какие элементы комплекса маркетинга включает в себя модель Рохита Арора:
- 20) Укажите, для товаров какого типа применяют модель Рохита Арора:
- 21) Укажите, для товаров какого типа применяют модель МакКарти:
- 22) Укажите, для товаров какого типа применяют модель Котлера:
- 23) Укажите, какие факторы включает в себя аналитическая модель PESTLE:
- 24) Укажите, какие факторы рассматриваются в ходе SWOT-анализа:
- 25) Укажите название совместного труда Джека Траута и Эла Райса:
- 26) Укажите, с какой целью проводились эксперименты Аша:
- 27) Укажите, что, согласно Джеку Трауту и Элу Райсу, является «операцией на сознании потенциальных покупателей»:
- 28) Укажите, что такое «платформа бренда»:
- 29) Укажите, какой метод исследования является разновидностью маркетингового анализа, проводимого с использованием готовых данных из отчётов, материалов форумов и т.д.:
- 30) Укажите, какие источники являются приоритетными при работе с аналитикой информации:
- 31) Укажите, что проясняет сегментация рынка:
- 32) Укажите, что представляет собой тренд:
- 33) Укажите, какие услуги предоставляет компания SimilarWeb Ltd:
- 34) Укажите, что собой представляет анализ сети ценностей:





- 35) Укажите, что представляет собой бенчмаркинг:
- 36) Укажите, чему посвящена теория, разработанная Уильямом Штраусом и Нилом Хау:
- 37) Укажите, что представляет собой, согласно Эверетту Роджерсу, «диффузия инноваций»:
- 38) Укажите, что является драйвером коммуникации:
- 39) Укажите, что такое инсайт:
- 40) Укажите, что представляет собой атрибут в сфере бренд-маркетинга:

