



Продюсирование бренд-проекта.фдир_МАГ

- 1 Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении: «Бренд-проект – это комплексная маркетинговая ... , направленная на создание или укрепление имиджа бренда, его продуктов или услуг».
- 2 Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении: «В отличие от обычных ... кампаний, бренд-проект включает в себя долгосрочные стратегии».
- 3 Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении: «Примеры брендпроектов могут включать в себя создание ... идентичности, внедрение нового продукта или крупномасштабные рекламные кампании».
- 4 Укажите, что позволяет создать бренд:
- 5 Укажите, что получает продвижение при помощи брендов:
- 6 Укажите, какой этап работы продюсера брендпроекта предполагает исследование рынка и анализ конкурентной среды:
- 7 Укажите, работа над какой задачей продюсера может включать в себя управление креативной командой, взаимодействие с подрядчиками и партнёрами, а также обеспечение всех необходимых ресурсов и информации на каждом этапе проекта.
- 8 Укажите, для осуществления какой функции внутри проектной команды продюсером осуществляется задача координации.
- 9 Укажите, выполнение какой задачи продюсера служит максимально эффективному распределению ресурсов:
- 10 Укажите, какая функция продюсера включает в себя составление бюджетных планов, контроль расходов и принятие решений о перераспределении ресурсов.
- 11 Укажите название классического метода генерирования идей, который заключается в свободном выражении всех мыслей и идей участников команды без критики и анализа.
- 12 Укажите название визуального способа структурировать информацию и идеи с помощью схем.
- 13 Укажите, на чём основана методика генерации идей SCAMPER.





- 14) Укажите, усовершенствование каких идей предполагает методика SCAMPER:
- 15) Укажите, как называется уникальное преимущество бренда, которое отличает его от конкурентов.
- 16) Укажите, на что должно указывать USP.
- 17) Укажите название аспекта бренд-стратегии, определяющего, как бренд воспринимается в сознании целевой аудитории.
- 18) Укажите, на какой критерий влияет позиционирование на рынке.
- 19) Укажите, что важно понимать производителю товара или услуги для успешного позиционирования бренда.
- 20) Укажите, какой шаг бренд-стратегии затрагивает визуальное и текстовое оформление проекта.
- 21) Укажите, что составляют логотип, цветовая палитра, шрифты и дизайн упаковки.
- 22) Укажите, что составляют сообщения, слоганы и тексты.
- 23) Укажите, что составляет основу маркетинговой и коммуникационной стратегии.
- 24) Укажите, каково назначение ключевых сообщений.
- 25) Укажите, где обычно используются ключевые сообщения.
- 26) Укажите, в создании чего участвуют ключевые сообщения.
- 27) Укажите, что является источником ключевых сообщений.
- 28) Укажите, что служит ориентиром для всей команды, помогая держать под контролем реализацию ключевых этапов и соблюдение временных рамок проекта.
- 29) Укажите, что является первым шагом в реализации бренд-проекта.
- 30) Укажите, какой инструмент работы над бренд-проектом разрабатывается на первом этапе реализации проекта.
- 31) Укажите, какой ключевой фактор определяет успешное выполнение задач в проекте.





- 32) Укажите, что необходимо организовать для эффективного использования выбранных инструментов в проекте.
- 33) Укажите, что следует сделать, если команде необходимо обучиться новым технологиям и инструментам.
- 34) Укажите, почему важно четко определить состав команды проекта.
- 35) Укажите, какой шаг необходимо предпринять при выборе внешних подрядчиков для проекта.
- 36) Укажите, что необходимо организовать для поддержания прозрачности и координации работы команды.
- 37) Укажите, какова основная цель эффективного управления человеческими ресурсами в проекте.
- 38) Укажите, какой из следующих элементов является ключевым для успешного управления ресурсами в проекте.
- 39) Укажите, какой шаг необходимо предпринять для контроля затрат в проекте.

