



Разработка фирменного стиля.фмен_БАК

- 1 Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда:
- 2 Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге:
- 3 Позиционирование:
- 4 Функциональное, социальное, ментальное и духовное измерения являются основой:
- 5 Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара:
- 6 В зависимости от направлений маркетинговой деятельности (товарное, ценовое, сбытовое, сервисное или рекламное), различают:
- 7 Какое измерение бренда описывает воспринимаемую ценность продукта:
- 8 Продаваемый во всем мире при сохранении целостности и единства бренд (т. е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения), называется:
- 9 Каково существенное отличие успешного бренда от менее успешного:
- 10 Рассматривая четыре ключевых фактора: Тип бренда, Особенности товарной категории, Уровень притязаний, Особенности местной культуры, маркетологи оценивают:
- 11 Какова формула успеха для бренда:
- 12 Мастер бренды, Бренды престижа, Супербренды, Глокальные бренды относятся к:
- 13 Бренды существуют:
- 14 Что может считаться победой для локальной торговой марки:
- 15 В каком значении использовалось слово «бренд» во времена викингов:





- 16) Стратегия успешного начала работы нового бренда на локальном рынке:
- 17) Каково главное качество бренда:
- 18) Точность, емкость, краткость, живость, эмоциональность и благозвучие:

