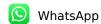
Разработка фирменного стиля.фмен_БАК

	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:









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





