



Рекламная деятельность.кс_СПО

- 1 Соотнесите термины и их содержание
- 2 Комплекс принципов и методов организации, планирования, мотивации, контроля и информационного обеспечения рекламной деятельности — это ...
- 3 Брандмауэр - это:
- 4 Найдите соответствие:
- 5 По мнению Филип Котлера «ориентация на нужды и потребности клиентов, подкрепленная комплексными усилиями маркетинга, нацеленными на создание потребительской удовлетворенности в качестве основы для достижения целей организации» - это:
- 6 Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени - это:
- 7 ... - это стимулирующие акции, с использованием денежных и призовых фондов; акции на увеличение объема закупки, предлагающие потребителям приобрести большее количество единиц определенной товарной группы по меньшей стоимости; акции, направленные на увеличение активной клиентской базы, в рамках которых стимулируется определенная торговая команда с целью нахождения максимального количества точек сбыта.
- 8 Стимулирующий маркетинг применяется при ...
- 9 Противодействующий маркетинг применяется при ...
- 10 Найдите соответствие:
- 11 ...- система регистрации положения глаз и направления взгляда. В маркетинге эта технология применяется для получения данных о том, куда и почему смотрят респонденты.
- 12 Макросреда маркетинга НЕ обусловлена:
- 13 Моментом рождения классической модели бренд-менеджмента считается появление докладной записки младшего менеджера по маркетингу компании Procter&Gamble, ответственного за рекламу мыла Camay. Назовите дату появления модели бренд-менеджмента:





- 14) В Теория перспектив Нобелевские лауреаты Амос Тверски и Даниэль Канеман вывели закономерность прибылей и потерь для рядового потребителя. Какие этапы прибылей и потерь были выдвинуты и доказаны учёными:
- 15) Кому из авторов-учёных принадлежат эти строки: «И помните: «более умный» маркетинг не означает использование лишь вашего мозга. Он означает и использование мозга ваших покупателей!»
- 16) Маркетинговый механизм, при помощи которого из всего числа интернет-пользователей можно выделить только ту целевую аудиторию, которая соответствует определенным критериям (географический, социально-демографический и др.), и донести до нее рекламную информацию.
- 17) Термин «партизанский маркетинг» появился в США, в:
- 18) Термин «нейромаркетинг» сформулировал профессор Гарварда, в:
- 19) К рекламе розничной торговли относятся:
- 20) Рекламный щит с односторонними или двусторонними, горизонтальными (6х3 м) или вертикальными (3х6 м) с возможностью внешней подсветки – это ...
- 21) Вертикальная рекламная конструкция с внутренней подсветкой со стандартными размерами 1,2х1,8 м - это:
- 22) Найдите соответствие:
- 23) ... - относятся к разряду «уличной мебели», представляя собой круглую или трехстороннюю конструкцию. Размер рекламного поля - 1.4 х 3 м.
- 24) Найдите соответствие:
- 25) ... - наружная конструкция, закрепленная на стене здания, площадью поверхности до нескольких тысяч квадратных метров. Часто размещают на зданиях, которые строятся или ремонтируются. Размеры самой рекламы порой достигают размеров самого здания, следовательно, увидеть его можно даже с большого расстояния.
- 26) Найди соответствие:
- 27) MICE-реклама – это ...





- 28) Найди соответствие:
- 29) НЕ запрещено рекламировать следующие товары и услуги:
- 30) Термин «вирусный маркетинг» появился в США, в:
- 31) Автором высказывания «Покупатели получают информацию из результатов поиска, отзывов пользователей, звёздочных рейтингов, текстовых объявлений, графических объявлений, заголовков новостей, видео, и даже старых добрых официальных вебсайтов брендов» является ...
- 32) Найдите соответствие:
- 33) Маркетинг впервые стали читать в Америке как официальный курс в:
- 34) Термин «вирусный маркетинг» появился в США, ввел в обиход это словосочетание:
- 35) Понятие «партизанский маркетинг» ввёл в обиход и подвёл под него теоретическую базу американский рекламист:
- 36) Впервые понятие нейромаркетинга сформулировал профессор Гарварда:
- 37) Моментом рождения классической модели бренд-менеджмента считается появление докладной записки младшего менеджера по маркетингу компании Procter&Gamble, ответственного за рекламу мыла Camay. Впоследствии он стал успешным президентом компании P&G, а затем министром обороны США. Укажите имя учёного:
- 38) Основы теории брендинга были заложены и развиты профессором Калифорнийского университета ...
- 39) Идея фирменного стиля принадлежит, впервые создавшему его в начале XX в.
- 40) Его работы по семиотике стали известны уже в 1930-е годы. Ему принадлежит разделение семиотических знаков на индексы (знаки, непосредственно указывающие на объект), иконы, или иконические знаки (т.е. знаки с планом выражения, сходным с феноменом изображаемой действительности) и символы (знаки с планом выражения, не соотносящимся с обозначаемым объектом). Укажите имя учёного:





- 41) Первый применил семиотику к стратегии бренда. Ему принадлежат слова: «Чтобы понять смысл рекламы пива, антропологу с другой планеты придется загрузить себе в голову весь наш глобальный "культурный софт"». Укажите имя учёного:
- 42) Автор легендарного слогана шоколадных батончиков Snickers «Ты не ты, когда голоден», а также председатель и креативный директор BBDO Worldwide. Ему принадлежат слова: «Страх убивает идеи». Укажите автора:
- 43) Успешный копирайтер. Многие признают его «отцом рекламы». В 1962 году американский журнал «Time» охарактеризовал его как «самого известного волшебника в современной индустрии рекламы». Является командором Ордена Британской Империи. В 1977 году вошел в Зал славы рекламы США. Укажите имя учёного.

