



## Социология массовых коммуникаций (1)

- 1) Процедура сегментирования применяется относительно ...
- 2) Исходным пунктом рекламной практики считается процедура ...
- 3) Базовый рынок – это тот сегмент рынка, ...
- 4) Для большинства товаров характерно соотношение: ...
- 5) Целью сегментирования является выделение той части рынка, которая ...
- 6) Основным принципом сегментирования является тот, в котором ...
- 7) Основным методом, применяемым при психографическом сегментировании, является ...
- 8) Понятие «схематизма сознания» ввел ...
- 9) Понятие «социальный стереотип» ввел ...
- 10) Стандартизованный, устойчивый и, как правило, упрощенный образ какого- либо объекта или явления в сознании человека называется ...
- 11) В переводе «стереотип» означает ...
- 12) Чем более распространены в обществе одни и те же стереотипы, тем более общество ...
- 13) В сегодняшнем значении первым слово «имидж» употребил ...
- 14) Проблемы сходства и различия понятий «стереотип» и «имидж» исследовал ...
- 15) По сравнению со стереотипом, имидж обладает ... манипулятивными возможностями
- 16) Направить воображение аудитории в нужную сторону – это задача ...
- 17) При имиджировании состав индуцирующей информации непосредственно диктуется ...



- 18 Имидж должен соответствовать ... аудитории
- 19 Произвольный знак, вызывающий единообразное социальное понимание, называется ...
- 20 Термин «брендинг территорий» появился ...
- 21 Единые константы, используемые во всех рекламных разработках фирмы или товара и обеспечивающие узнавание фирмы и товара, называются ...