



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 Стандартизированный, 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 ...

