



Стратегическое планирование и управление проектами.фип_БАК(1/2)

- 1 Соотнесите 4р маркетинга в том числе в диджитал
- 2 Соотнесите связь между целями маркетинга, рекламы и медиа плана
- 3 Соотнесите влияние доли рынка, которую занимает компания - на планирование коммуникаций
- 4 Составьте последовательность разработки послания
- 5 Что не относится к традиционным рекламным носителям?
- 6 Новые медиа и рекламные носители. Что относится к Интернет-рекламе? Выберите верные ответы.
- 7 Составьте алгоритм воронки целей и эффектов
- 8 Составьте алгоритм в правильном порядке ВОРОНКИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ЭФФЕКТОВ
- 9 Иерархия и последовательность эффектов бренд-коммуникаций
- 10 Сколько длится врожденная реакция?
- 11 Сколько длится приобретенная реакция?
- 12 Соотнесите ресурсы с осмыслением
- 13 Если рекламная кампания приносит положительный результат в измеряемых коммуникационных эффектах, но этот результат плохо конвертируется в продажи, необходимо. Составьте алгоритм.
- 14 Основные шаги по стимулированию обращений. Составьте алгоритм
- 15 Что изменилось в современной воронке продаж онлайн?

