



Технологии деловых коммуникаций event-отрасли.dor_БАК_24-152-Б_240910

- 1 Скрытое психологическое воздействие, направленное на достижение своих интересов без информирования партнера об истинных целях общения, – это ...
- 2 ... – это форма общения, при которой один участник управляет поведением другого через приказы и указания.
- 3 Установите соответствие понятий и их определений:
- 4 Расположите основные идеи стратегий взаимодействия в порядке WIN-LOSE, LOSE-WIN, WIN-WIN, LOSE-LOSE:
- 5 ... – это процесс обмена информацией и действиями между участниками коммуникации для достижения общих целей.
- 6 Установите соответствие названия приема манипуляции и его содержания:
- 7 ... – это двустороннее общение, в котором обе стороны признают право друг друга на собственное мнение и цели.
- 8 ... – это процесс влияния на собеседника с целью принятия им предложенных решений или идей.
- 9 ... – это способность человека эффективно взаимодействовать с окружающими, устанавливать и поддерживать контакт.
- 10 Используя технику противостояния негативному влиянию партнёра-оппонента ..., человек соглашается с утверждением оппонента, которое является правдой, но делает это частично, при определённых условиях или в общем смысле.
- 11 ... – это взаимодействие между людьми с помощью речи и естественного языка, обмен устными сообщениями.
- 12 ... речь – это речь, произносимая вслух и воспринимаемая на слух, обладающая спецификой интонации, мелодики и логических ударений.
- 13 Установите соответствие понятий и их определений:
- 14 Расположите составляющие кинесического, просодического и экстралингвистического типов невербальной коммуникации в порядке их перечисления в задании:





- 15) ... – это движение мышц лица, отражающее внутреннее эмоциональное состояние человека.
- 16) Разнообразные движения руками и головой, которые выражают эмоциональное состояние или намерение, – это ...
- 17) Основная функция внешней речи, обеспечивающая передачу какой-либо информации в процессе общения, – это ... функция.
- 18) Положение тела, характерное для конкретной среды и культуры, которое отражает восприятие собственного статуса, – это ...
- 19) Кинесическая система знаков включает в себя ... (укажите 3 варианта ответа)
- 20) ... тип невербальной коммуникации включает запах тела, запах косметики и парфюмерии.
- 21) Беседа, направленная на решение конфликтных ситуаций и поиск взвешенных решений, – это ... беседа
- 22) ... – это процесс представления доводов и доказательств, направленный на убеждение собеседника и изменение его позиции.
- 23) Установите правильную последовательность фаз организации деловой беседы:
- 24) Установите правильную последовательность этапов второй фазы фаз организации деловой беседы – фазы передачи информации:
- 25) Установите соответствие типов деловых бесед и их характеристик:
- 26) ... – это установление и поддержание связи с собеседником, создающее основу для успешного взаимодействия.
- 27) ... – это процесс влияния на собеседника с целью принятия им предложенных решений или идей.
- 28) Если во время выступления возникает ситуация, когда нужно продолжать говорить, но сказать уже не о чем, т.к. все темы исчерпаны, – имеет место такая типичная коммуникационная ошибка, как ...
- 29) Подготовка к деловой беседе включает несколько этапов – так, на этапе ... ещё раз проверяется и утверждается план беседы.
- 30) В процессе делового общения могут возникнуть ... ошибки, мешающие эффективной передаче информации.





- 31 Проводимая по заранее установленному плану официальная встреча группы людей для обсуждения вопросов, принятия решений и постановки задач, – это ...
- 32 Установите соответствие процессов и их характеристик:
- 33 Официальный документ, фиксирующий основные моменты и решения, принятые на совещании, а также распределение обязанностей и сроков выполнения задач, – это ...
- 34 Установите соответствие типа участников совещания и его описания:
- 35 Установленный порядок и правила проведения совещаний, включающие временные рамки, последовательность обсуждения вопросов и распределение ролей участников, – это ...
- 36 Деятельность, направленная на согласование и объединение действий различных подразделений и сотрудников для достижения общих целей, – это ...
- 37 ... – это управление процессом обсуждения или совещания, включающее контроль времени, поддержание порядка и стимулирование активного участия всех участников.
- 38 ... – это стиль управления, при котором руководитель проекта выступает не только лидером и наблюдателем, но и активным участником обсуждения и решения проблемы.
- 39 ... функция делового совещания заключается в передаче актуальных данных и сборе отчётности о текущих проектах в компании.
- 40 ... связь – это информация о качестве выполненной работы, получаемая сотрудниками от руководства или коллег, которая помогает корректировать действия и улучшать результаты.
- 41 Деловая ... – это рекламное представление деятельности компании с целью развития партнерских отношений, привлечения инвестиций или спонсорских средств.
- 42 Установите соответствие понятий и их определений:
- 43 Коллекция работ, проектов или достижений, представляемая в рамках презентации для демонстрации опыта и компетенций компании или команды, – это ...





- 44) ... презентации – это логически выстроенный план изложения материала, включающий вводные, основные и заключительные части, предназначенный для обеспечения ясности и последовательности передачи информации.
- 45) ... действий участников презентации – это процесс их согласования и объединения для достижения поставленных целей и обеспечения эффективного взаимодействия.
- 46) Устное представление информации перед аудиторией, часто сопровождаемое визуальными материалами, с целью информирования, убеждения или обсуждения – это ...
- 47) Расположите характеристики бизнес-питчей в порядке «концептуальный питч; продающий питч; продуктовый питч»:
- 48) Краткая и целенаправленная презентация, предназначенная для привлечения внимания потенциальных инвесторов и убеждения их в ценности бизнес-идеи, – это инвесторский ...
- 49) ... презентация – это выступление с целью донесения знаний и информации до аудитории, объяснения сути и значимости представляемых данных.
- 50) Цель ... деловой презентации – познакомить с особенностями компании в целом, либо с отдельным её товаром или услугой.
- 51) Установите соответствие цвета и реакции на него потребителя согласно исследованиям по нейромаркетингу:
- 52) Согласно исследованиям по нейромаркетингу ... цвет утешает и обнадеживает; это подходящий цвет для аудитории консерваторов и практичных людей.
- 53) Установите соответствие названий и примеров использования эффектов, которые, согласно исследованиям по нейромаркетингу, позволяют влиять на потребителей:
- 54) Технология отслеживания движения глаз, позволяющая определить, на какие объекты и в какой последовательности человек обращает внимание, – это ...
- 55) ... – это маркетинговая техника, позволяющая потребителю опробовать продукт в повседневной жизни и привычных условиях.
- 56) Создание ярких, запоминающихся образов, которые воздействуют на эмоции и восприятие потребителей, усиливая привлекательность товара или услуги, – это ...





- 57) Цветовая ... – это набор цветов, используемых в маркетинге и дизайне для создания определенных ассоциаций и эмоций у потребителей, влияющих на их восприятие и решения.
- 58) Графический ... – это процесс создания визуальных элементов презентаций, упаковок, сайтов и других материалов, направленных на привлечение внимания и формирование положительного впечатления о продукте.
- 59) ... нерв передает визуальную информацию от глаз к мозгу, играя ключевую роль в восприятии и реакции на визуальные стимулы.
- 60) ... система – это часть мозга, отвечающая за эмоции и память, играющая важную роль в принятии решений и формировании предпочтений.
- 61) ... – это этап переговорного процесса, в ходе которого стороны обсуждают ключевые вопросы, обмениваются мнениями и аргументами, ведут диалог с целью найти взаимовыгодные решения; именно на этом этапе применяют тактики и методы ведения переговоров, чтобы достичь поставленных целей.
- 62) ... – это этап переговорного процесса, когда нужно собрать информацию о партнерах, проанализировать их интересы и позиции, сформулировать собственные цели и задачи; важно и подготовить материалы и аргументы, которые будут использоваться в ходе переговоров.
- 63) ... – это различные подходы и структуры, используемые для ведения переговоров, такие как жесткие переговоры, компромисс и поиск взаимной выгоды.
- 64) ... переговоры – это стратегия, при которой каждая сторона стремится настоять на своём любой ценой, что часто приводит к конфликту и невозможности достичь соглашения.
- 65) ... переговоров – это последовательность шагов, включающая подготовку, начало переговоров, обсуждение, выработку решений и заключение соглашений.
- 66) ... переговоры – это подход, при котором стороны стремятся к взаимной выгоде и сотрудничеству, используя принцип win-win.
- 67) Компромиссы, на которые идут стороны в процессе переговоров, чтобы достичь соглашения и удовлетворить интересы обеих сторон, – это ...
- 68) Установите соответствие характеристик ведения переговоров и их содержания:





- 69) Установите соответствие типов переговоров (по Фишеру и Юри) и их характеристик:
- 70) Установите правильную последовательность этапов переговорного процесса:
- 71) Выделение ключевой идеи или важного пункта в выступлении с помощью интонации, жестов или пауз – это ...
- 72) Установите соответствие понятий и их содержания:
- 73) Установите соответствие формы самопрезентации и ее описания:
- 74) Совокупность характеристик голоса, включая тембр, высоту, громкость и скорость, формирующих эмоциональную окраску речи, – это ...
- 75) Персонально-звуковая окраска голоса, отражающая личностные особенности и эмоциональное состояние человека, – это ...
- 76) ... – это внимательность к своей речи и поведению, позволяющая контролировать использование слов-паразитов и других нежелательных элементов
- 77) ... – это изменение высоты, громкости и темпа речи, используемое для акцентирования и эмоционального окрашивания сообщения.
- 78) Сопоставляя понятия «имидж» и «внешний вид», можно утверждать, что ...
- 79) ... – это изучение информации о слушателях в социальных сетях и на профессиональных платформах для лучшего понимания их интересов и ожиданий.
- 80) К инструментам веб-аналитики, предоставляющим данные о демографических характеристиках пользователей относятся ... (выберите два варианта ответа)
- 81) Установите соответствие понятий и их определений:
- 82) Скрытое психологическое воздействие, направленное на достижение своих интересов без информирования партнера об истинных целях общения – это ...
- 83) ... воздействие – это форма общения, при которой один участник управляет поведением другого через приказы и указания.
- 84) ... – это совокупность заранее заготовленных говорящим и реализуемых в ходе общения конкретных теоретических приемов, для достижения коммуникативной цели.





- 85) Расположите основные идеи стратегий взаимодействия в порядке WIN-LOSE, LOSE-WIN, WIN-WIN, LOSE-LOSE:
- 86) ... – это двустороннее общение, в котором обе стороны признают право друг друга на собственное мнение и цели.
- 87) ... – это авторитарная форма воздействия на партнера по общению с целью контроля над его поведением и внутренними установками, принуждения к определенным действиям и решениям.
- 88) Установите соответствие названия приема манипуляции и его содержания:
- 89) Установите соответствие стратегий воздействия, которые свойственны бытовому и деловому общению, и их характеристик:
- 90) Используя технику противостояния негативному влиянию партнера-оппонента ..., человек настойчиво повторяет свою позицию в разговоре и делает это снова и снова, не повышая голос, не гневаясь и не раздражаясь.
- 91) Установите соответствие понятий и их определений:
- 92) ... – это процесс представления доводов и доказательств, направленный на убеждение собеседника и изменение его позиции.
- 93) ... – это установление и поддержание связи с собеседником, создающее основу для успешного взаимодействия.
- 94) ... беседы – это заключительная фаза беседы, включающая подведение итогов и принятие решений.
- 95) Установите правильную последовательность фаз организации деловой беседы:
- 96) Установите соответствие типов деловых бесед и их характеристик:
- 97) Установите правильную последовательность этапов второй фазы фаз организации деловой беседы – фазы передачи информации:
- 98) Если при разговоре менять интонацию, сопровождать речь жестами, то это сделает рассказ запоминающимся и поможет избежать такой типичной коммуникационной ошибки, как ...
- 99) Подготовка к деловой беседе включает несколько этапов – так, на этапе ... нужно предварительно проанализировать участников и ситуации, определить задачи беседы, стратегию и тактику, составить подробный план подготовки к беседе.





- 100 Психологическое ... – это метод воздействия на собеседника с целью подорвать его уверенность и способность критически мыслить.
- 101 ... – это уровень участия сотрудников в работе компании, их готовность прилагать усилия для достижения общих целей и чувствовать себя частью коллектива.
- 102 Установите соответствие процессов и их характеристик:
- 103 Официальный документ, фиксирующий основные моменты и решения, принятые на совещании, а также распределение обязанностей и сроков выполнения задач, – это ...
- 104 Установленный порядок и правила проведения совещаний, включающие временные рамки, последовательность обсуждения вопросов и распределение ролей участников, – это ...
- 105 Деятельность, направленная на согласование и объединение действий различных подразделений и сотрудников для достижения общих целей, – это ...
- 106 ... – это управление процессом обсуждения или совещания, включающее контроль времени, поддержание порядка и стимулирование активного участия всех участников.
- 107 ... – это методика планирования и распределения времени, направленная на повышение личной и коллективной эффективности, включающая постановку целей, приоритизацию задач и контроль выполнения.
- 108 Установите соответствие типа участников совещания и его описания:
- 109 Установите соответствие функций деловых совещаний и их характеристик:
- 110 ... функция делового совещания заключается в оценивании оперативности и корректности выполнения задач.
- 111 Установите соответствие понятий и их определений:
- 112 ... презентация – это рекламное представление деятельности компании с целью развития партнерских отношений, привлечения инвестиций или спонсорских средств.
- 113 Установите соответствие типов слайдов презентации и их характеристик:





- 114) Установите соответствие понятий, касающихся презентации, и их определений:
- 115) Социальные ... – это отзывы, благодарности, сертификаты и другие свидетельства успешной деятельности компании, используемые в презентации для подтверждения заявленных преимуществ и достижений.
- 116) Устное представление информации перед аудиторией, часто сопровождаемое визуальными материалами, с целью информирования, убеждения или обсуждения – это ...
- 117) Краткая и целенаправленная презентация, предназначенная для привлечения внимания потенциальных инвесторов и убеждения их в ценности бизнес-идеи, – это ...
- 118) ... презентация – это выступление с целью донесения знаний и информации до аудитории, объяснения сути и значимости представляемых данных.
- 119) Расположите характеристики бизнес-питчей в порядке «концептуальный питч; продающий питч; продуктовый питч»:
- 120) Цели ... деловой презентации – дать аудитории уникальные предложения, выделяющие бренд среди конкурентов, и привлечь внимание к продукту или услуге компании.
- 121) Технология отслеживания движения глаз, позволяющая определить, на какие объекты и в какой последовательности человек обращает внимание, – это ...
- 122) Установите соответствие цвета и реакции на него потребителя согласно исследованиям по нейромаркетингу:
- 123) Установите соответствие цвета и реакции на него потребителя согласно исследованиям по нейромаркетингу:
- 124) ... – это маркетинговая техника, позволяющая потребителю опробовать продукт в повседневной жизни и привычных условиях.
- 125) Создание ярких, запоминающихся образов, которые воздействуют на эмоции и восприятие потребителей, усиливая привлекательность товара или услуги – это ...
- 126) ... – это использование запахов для создания атмосферы в магазинах, ресторанах и других коммерческих помещениях, что способствует увеличению времени пребывания клиентов и стимулирует их к покупкам.





- 127) Установите соответствие названий и примеров использования эффектов, которые, согласно исследованиям по нейромаркетингу, позволяют влиять на потребителей:
- 128) ... – это древняя часть головного мозга человека, отвечающая за инстинкты и рефлексы и играющая важную роль в неосознанных решениях и реакциях, эта часть мозга отвечает за биологическое выживание и телесное функционирование.
- 129) ... зона – пространство около кассы, где размещаются мелкие товары, которые покупатели часто приобретают импульсивно, ожидая своей очереди.
- 130) ... искажения – это психологические эффекты, которые влияют на восприятие и принятие решений потребителями, часто приводя к нерациональным покупкам.
- 131) Установите соответствие характеристик ведения переговоров и их содержания:
- 132) Установите соответствие типов переговоров (по Фишеру и Юри) и их характеристик:
- 133) Установите правильную последовательность этапов переговорного процесса:
- 134) ... – это этап переговорного процесса, в ходе которого стороны приветствуют друг друга, устанавливают контакт, создают благоприятную атмосферу для диалога; на данном этапе важно построить доверительные отношения и показать свою готовность к конструктивному обсуждению.
- 135) ... – это этап переговорного процесса, когда стороны совместно обсуждают предложения и варианты решений, выявляют точки согласия и разногласий, а также принимают окончательные решения по обсуждаемым вопросам.
- 136) ... переговоров – это различные подходы и структуры, используемые для ведения переговоров, такие как жесткие переговоры, компромисс и поиск взаимной выгоды.
- 137) ... переговоры – стратегия, при которой каждая сторона стремится настоять на своем любой ценой, что часто приводит к конфликту и невозможности достичь соглашения.
- 138) Деловые ... – это вид совместной деятельности с партнёрами, направленный на решение проблемы и заключение договоров, сделок и контрактов.





- 139) Программа ... – это план, включающий последовательность шагов и тактик, которые будут использоваться в ходе переговоров для достижения целей.
- 140) ... – это последовательность шагов, включающая подготовку, начало переговоров, обсуждение, выработку решений и заключение соглашений.
- 141) Совокупность характеристик голоса, включая тембр, высоту, громкость и скорость, формирующих эмоциональную окраску речи, – это ...
- 142) Установите соответствие понятий и их содержания:
- 143) Выделение ключевой идеи или важного пункта в выступлении с помощью интонации, жестов или пауз – это ...
- 144) Персонально-звуковая окраска голоса, отражающая личностные особенности и эмоциональное состояние человека, – это ...
- 145) Движения рук и тела, подчёркивающие ключевые моменты и усиливающие восприятие информации аудиторией, – это ...
- 146) ... – это изменение высоты, громкости и темпа речи, используемое для акцентирования и эмоционального окрашивания сообщения.
- 147) Установите соответствие формы самопрезентации и её описания:
- 148) ... материалы – это графические элементы, такие как слайды и изображения, поддерживающие и иллюстрирующие ключевые моменты выступления.
- 149) Установите соответствие особенностей голоса, относящихся к просодике, и их характеристик:
- 150) Установите соответствие разновидностей и примеров жестов оратора:
- 151) ... коммуникация – это взаимодействие между людьми с помощью речи и естественного языка, обмен устными сообщениями
- 152) Установите соответствие понятий и их определений:
- 153) Установите соответствие форм устной речи и их характеристик:
- 154) Разнообразные движения руками и головой, которые выражают эмоциональное состояние или намерение, – это ...
- 155) ... – это движение мышц лица, отражающее внутреннее эмоциональное состояние человека





- (156) Ритмическое оформление речи, отражающее эмоциональные и логические акценты высказывания, – это ...
- (157) Положение тела, характерное для конкретной среды и культуры, которое отражает восприятие собственного статуса, – это ...
- (158) ... – это речь, которая воспринимается зрительно; ее изображают на бумаге или ином носителе с помощью специальных графических знаков и технических средств
- (159) Расположите составляющие кинесического, просодического и экстралингвистического типов невербальной коммуникации в порядке их перечисления в задании:
- (160) Установите соответствие типов невербальной коммуникации и относящихся к ним примеров:
- (161) Одна из стратегий делового взаимодействия – агрессивная, но эффективная стратегия, при использовании которой главным является достичь своих целей, а не сохранить хорошие отношения с оппонентом. В результате одна сторона выигрывает, а другая добивается менее значительных успехов. В такой стратегии стороны обычно видят друг в друге врагов. Здесь применяют любые методы – манипуляции, шантаж, обман. Способность вести жесткие переговоры очень ценна, но нельзя выбирать эту стратегию постоянно. Такая стратегия может принести выгоду в краткосрочной перспективе, если оппонент не захочет портить отношения. Однако есть вероятность столкнуться с жесткой позицией другой стороны и не договориться вовсе. Назовите эту стратегию.
- (162) Существуют разные техники и приемы противостояния негативному влиянию, которые можно применять, чтобы ослабить негативную реакцию на критику со стороны партнера-оппонента. Например, существует способ противостоять манипулированию, построенный по системе «правильно – неправильно», который включает два основных подхода. Первый подход – наступательное поведение. При критике вы настойчиво требуете у оппонента, чтобы он объяснил свои истинные причины и мотивы. Второй подход – оборонительное поведение. При критике вы задаете вопросы, направленные против оппонента. О какой технике идет речь?





- 163) Манипуляции в переговорах – не лучший способ вести переговоры. но уметь с ними работать нужно, так как это поможет избежать уловок со стороны недобросовестных оппонентов. При использовании одной из таких манипуляций другая сторона переговоров сулит ряд уступок, но отказывается отражать их в договоре, уверяя, что это лишняя формальность. Подходит срок, но про обещания никто не вспоминает. Как называется данный вид манипуляций?
- 164) Данный тип невербальной коммуникации включает жесты, мимику, пантомимику, позу, походку. Также к этому типу относятся взгляд и его направление, длина паузы между словами и др. О каком тип невербальной коммуникации идет речь?
- 165) К этому типу невербальной коммуникации относятся интонация, громкость, тембр, темп речи, ритм, дикция, модуляция, высота и тональность голоса. О каком тип невербальной коммуникации идет речь?
- 166) Один из видов жестов включает в себя знаки того, что собеседник чувствует опасность или угрозу, например, отклоненный назад корпус или скрещенные на груди руки. А если помимо скрещенных на груди рук собеседник сжимает пальцы в кулак, то это свидетельствует о его враждебности или наступательной позиции. О каком виде жестов идет речь в данных примерах?
- 167) Подготовка к деловой беседе включает следующие этапы: планирование, оперативная подготовка, редактирование и тренировка. На одном из этих этапов мы собираем, отбираем и систематизируем материал будущей беседы, обдумываем и komponуем отобранные материалы, составляем рабочий план, разрабатываем основную часть беседы, планируем ее начало и окончание. О каком этапе подготовки к деловой беседе идет речь?
- 168) Существует несколько типов деловых бесед. В частности, выделяют профессиональные беседы, которые преимущественно связаны с деятельностью компании, касаются содержания и организации работы. В ходе такой беседы руководитель выдает и разъясняет задание, инструктирует работника и контролирует выполнение задачи. Назовите описанный тип деловых бесед.
- 169) Существует несколько типов деловых бесед. Один из этих типов включает собеседование при приеме на работу, беседу при увольнении, беседу при перемещении работника с одной рабочей позиции на другую, а также беседу в ходе периодической аттестации. Назовите описанный тип деловых бесед.





- 170) При проведении совещаний руководителя с подчиненными существуют распространенные ошибки. Говоря об одной из этих ошибок, следует отметить, что руководитель не должен допускать повышения голоса в беседах с подчиненными, а тем более – угроз и оскорблений. Это не поможет вызвать уважение в глазах коллектива, а напротив, приведет к негативной реакции и отторжению такого руководителя. О какой ошибке здесь идет речь?
- 171) Выделяют основные типы участников совещания и стратегии взаимодействия с ними. Разберем один из типов участников совещания. Чаще всего это управленец среднего звена. На собрании он занимает активную позицию, перетягивает внимание к своей личности, предложениям, часто навязывает свою точку зрения. Если не ограничивать этот тип рамками, он может перейти в конфронтацию. Говоря о стратегии взаимодействия с таким типом участников совещания, следует отметить, что задача руководителя в этом случае – не дать такому подчиненному пересечь границы, но и не демотивировать. Его высказывания и предложения лучше комментировать так: «Ваш способ решения имеет место, но давайте послушаем предложения других участников». О каком типе участников совещания идет речь?
- 172) Выделяют основные типы участников совещания и стратегии взаимодействия с ними. Разберем один из типов участников совещания. Это стратег, авторитетное лицо, как правило, руководитель организации. Он не тратит время на открытые прения, уважителен к другим участникам. Говоря о стратегии взаимодействия с таким типом, следует отметить, что к его предложениям всегда прислушиваются другие. О каком типе участников совещания идет речь?
- 173) Это известный венчурный инвестор из Кремниевой долины и разработчик концепции «евангелизма» компании Apple. Автор книг, посвященных стартапам и саморазвитию. Для подготовки питч-деков для венчурных инвесторов он сформулировал правило 10/20/30 для хорошей презентации: - не более 10 слайдов в презентации, и этого достаточно, чтобы отобразить самое главное; - не более 20 минут, чтобы удержать внимание на выступлении; - размер шрифта не менее 30 пунктов, чтобы писать только короткие важные мысли, которые будут сразу прочитаны и видны в конце зала. О ком идет речь в описании?
- 174) Правило 7 на 7 является ценным руководством, способствующим созданию эффективных и увлекательных презентаций в PowerPoint. Каких аспектов презентации касается данное правило?





- 175) При создании презентаций в PowerPoint используют правило 10/20/30. Каких аспектов презентации касается данное правило?
- 176) Ритейлеры стараются проектировать магазины с учетом определенных характеристик. Назовите эти характеристики. Дайте пояснения по каждой из них.
- 177) При использовании этого маркетингового направления специалисты стараются придумать инновационные методы привлечения клиентов, так как задача данной методики – в максимально короткие сроки повысить узнаваемость бренда. Для продвижения, исследования используют соцопросы, компьютерные технологии и т. д. Назовите описанное направление.
- 178) Нейромаркетинг – инструмент продвижения бизнеса, который был разработан совместными усилиями маркетологов и психологов. Этот метод привлечения клиентов подразумевает воздействие не только на сознание, но и на подсознание целевой аудитории. Для этого используют цвета, запахи, звуки. Каково сегодня в обществе отношение к нейромаркетингу? Ответ обоснуйте.
- 179) Рассмотрим один из этапов переговоров на примере организации музыкального фестиваля. В переговорах участвуют две стороны – организаторы музыкального фестиваля и вымышленная компания «СаундСкейп». На данном этапе организаторы фестиваля собирают данные о потенциальном спонсоре – компании «СаундСкейп». Они изучают ее маркетинговую стратегию, целевую аудиторию и текущие рекламные кампании. Организаторы готовят презентацию, чтобы продемонстрировать потенциальным спонсорам, как участие в фестивале может повысить узнаваемость бренда «СаундСкейп» и привлечь новых клиентов. О каком этапе переговоров говорится в описании?
- 180) Рассмотрим один из этапов переговоров на примере организации музыкального фестиваля. В переговорах участвуют две стороны – организаторы музыкального фестиваля и вымышленная компания «СаундСкейп». На данном этапе организаторы фестиваля и представители компании «СаундСкейп» обсуждают финансовые условия спонсорской поддержки, объемы рекламных материалов, размещение логотипа компании на площадке и в маркетинговых материалах фестиваля. Организаторы приводят аргументы в пользу сотрудничества, показывая успешные примеры прошлых мероприятий и потенциал привлечения аудитории. О каком этапе переговоров говорится в описании?





- 181) Существуют разные тактики ведения переговоров. Одна из тактик предполагает объединение нескольких вопросов в один для общего обсуждения и принятия решения. Такая тактика часто используется в переговорах о спонсорской поддержке, где обсуждают не только финансовые условия, но также рекламные и маркетинговые активности. Назовите описанную тактику ведения переговоров.
- 182) Большую часть составляет просодика. Каждая из особенностей голоса, составляющих просодику, воспринимается как признак определенных черт личности. Одна из этих особенностей отражает личностные характеристики человека, его физическое и эмоциональное состояние. Например, голос с придыханием указывает на интроверсию, тревожность. Громкий и сильный голос характерен для экстравертов, успешных и уверенных в себе людей. Голос каждого человека имеет индивидуальное звучание. По звучанию голос может быть: грудной, звонкий, хриплый, гнусавый, плаксивый, напряженный, с одышкой, вибрирующий, металлический, монотонный и так далее. О каком компоненте просодики идет речь в описании?
- 183) Движения рук оратора помогут ему усилить впечатление от выступления и выделить его ключевые моменты. При этом могут использоваться определенные виды жестов. Например, указание пальцем вверх может помочь подчеркнуть ключевую идею или важный пункт. К какому виду относится жест, который описан в данном примере?
- 184) Слова-паразиты – нежелательная часть вербального имиджа. Оратору в своем выступлении от них лучше избавляться, чему может помочь использование определенных приемов. Например, когда оратор чувствует, что сейчас скажет слово-паразит, он делает глубокий вдох и выдерживает небольшую паузу. Это поможет ему собраться с мыслями и продолжить выступление без ненужных вставок. О каком приеме говорится в описанном примере?

