



Управление брендом в гостинично-туристической индустрии.ти

- 1 Дифференцированный маркетинг – это ...
- 2 ... пиар основывается на технологии мифов и легенд, а предназначен удовлетворить потребность людей укрыться «покрывалом иллюзий»
- 3 ... – это сегментация, в рамках которой рынки делятся по регионам, странам, степени их индустриализации
- 4 Система мероприятий по двустороннему обмену информацией между субъектами пиара и целевой аудиторией – это ... пиар
- 5 ... пиар основан на сфере столкновения интересов: конкуренции, конфликтов вокруг собственности, противостояния бизнеса и админресурса, политики
- 6 Теория брендинга «Правовой инструмент» была заложена в ...
- 7 Маркетинг как философия бизнеса – это ...
- 8 Источниками информации о потребителях услуг являются ...
- 9 На этапе создания креативной концепции бренда происходит ...
- 10 ... пиар основан на автономном распространении и на потребности людей делиться интересной информацией со своим кругом друзей и знакомых
- 11 Внутренняя маркетинговая информация – это ...
- 12 Качество товара – это ...
- 13 Знание торговой марки, осведомленность аудитории – это ...
- 14 Фирменный блок (логотип) – это ...
- 15 Товарная марка – это ...
- 16 Чем больше у товара заменителей и чем ближе их полезные свойства, тем выше ...





- 17) На ... может быть зарегистрирован товарный знак
- 18) Принцип закона товарищества гласит о том, что ...
- 19) Горизонтальная интеграция – это ...
- 20) При таком качестве, как ..., позиция бренда должна быть лаконичной, простой, понятной и легко запоминающейся
- 21) Такая экономическая выгода, как ..., появляется от использования бренда у государства
- 22) ... относится к основным элементам имиджа организации
- 23) Паблисити – это ...
- 24) Эффективность рекламы определяется ...
- 25) Такая реклама, как ..., в развитых странах стала ведущей формой продвижения инвестиционных товаров в последние годы
- 26) Ярлык бренда – это ...
- 27) ... бренд имеет наибольшую рыночную долю в товарной категории
- 28) ... реклама предпочтительна для организаций, сосредоточенных в одном городе или определенном сегменте рынка
- 29) Принцип ... маркетинга в туризме ориентируется не только на реальное состояние спроса, но и на выявление неудовлетворенных запросов покупателей
- 30) Уровнем канала распределения является ...

