



## Управление брендом ти Без ИМ

- 1 Бренд-менеджмент – это ...
- 2 Основы теории брендинга были заложены и развиты ...
- 3 К составляющим авторитета марки относят ...
- 4 Социальная роль марки ...
- 5 Рынок продавца – это когда спрос ...
- 6 Следует выбрать ... схему службы маркетинга, если фирма реализует несколько видов товаров на нескольких рынках
- 7 Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются ... информацией
- 8 Емкость рынка – это ...
- 9 Товары и услуги на рынке организаций приобретаются с целью ...
- 10 Факторы, влияющие на поведение покупателей товаров промышленного назначения – ...
- 11 Однородность сегмента проявляется в ...
- 12 Товар – это ...
- 13 Товарная марка – это ...
- 14 Логотип – это ...
- 15 Качество товара – это ...
- 16 Модернизация товара – это ...
- 17 Фирменный блок – это ...
- 18 Реклама – это ...





- 19 К основным элементам коммуникативной политики рекламной деятельности относят ...
- 20 Этапу принятия решений при проведении рекламной кампании предшествует этап ...
- 21 Каналом товародвижения является ...
- 22 Повышение роли упаковки обусловлено ...
- 23 К возможным выгодам от упаковки для производителя относят...
- 24 К возможным выгодам от упаковки для потребителя относят...
- 25 Атрибуты бренда – это ...
- 26 К основным составляющим брендовой ДНК относят ...
- 27 Теория брендинга «Правовой инструмент» была заложена в ...
- 28 Название компании, которое может переноситься на продукты и услуги компании, – это ...
- 29 Знак «R» означает то, что ...
- 30 Система мер по внесению в массовое сознание узнаваемых символов, значений, образов, способных в соответствии с целями субъекта политического управления сплачивать, объединять людей или, напротив, разъединять их на соперничающие группы – это ... брендинг
- 31 Используемая для управления компанией и товаром организационная стратегия, при которой все действия и обращения базируются на ценности, которую компания приносит в сферу собственной деятельности, – это ... брендинг
- 32 Развивается с целью доминирования на рынке и получения высокой прибыли в будущем ...
- 33 Brand-explorer – это ...
- 34 На этапе создания креативной концепции бренда происходит ...
- 35 Коммуникационная концепция маркетинга опирается ...





- 36) Каналы донесения информации о потребительских характеристиках бренда до целевой аудитории и механизмы обратной связи покупателя с владельцем бренда – это ...
- 37) ... определяет и мотивирует то, какие вербальные аргументы будут действенными, какие слова и образы понятными, какая речевая стилистика, характер, тон и окраска речи уместными, какое впечатление нужно создать и какие ассоциативные ряды должны выстраиваться в сознании потенциальных потребителей
- 38) К основным функциям бренда относят ...
- 39) Торгово-сбытовая логистика – это ...
- 40) Потенциальная опасность стратегии «снятия сливок» состоит в ...
- 41) Оценка будущего рынка коммерческой фирмы – это ...
- 42) К основным целям коммерческой фирмы, ориентированным на применение маркетинга, относят ...
- 43) Жизненный цикл товара – это ...
- 44) Разработка нового товара представляет собой ...
- 45) Товарная политика фирмы – это ...
- 46) Ассортимент – это ...
- 47) Товарная единица – это ...
- 48) Принятие решения о выпуске товара, объединяющего технологические, экономические и маркетинговые действия, заключается в ...
- 49) При сегментировании рынка по поведенческому принципу учитывают ...

