

Судашин

Телевизор
Золотухин Р

Всероссийская студенческая олимпиада
по рекламе и связям с общественностью (финал) 2018-2019 уч.г.
Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева,
г. Красноярск

Индивидуальное первенство. Вопросы открытого тестирования

Шифр Р2

1. Укажите основные типы товарных знаков (не менее 5).

1. текстовый товарный знак
2. графический товарный знак
3. аудиальный / звуковой товар. зн.
4. символический товар. зн.
5. комбинированный товар. зн. (буквы/цифры Coca-Cola, например)

$$97 + 90 + 85 = 90,6$$

2. Укажите критерии, по которым необходимо проанализировать канал массовой информации при выборе средств рекламы (не менее 6).

1. ЦА канала масс. информации (соблюдает ли с ЦА рекламодателя)
2. Объем (каков объем, количество выходов, например)
3. Территориальность выходов, каналы / выходы / публикации/выпуски, сообщения
4. Стоимость размещения
5. Репутация (есть/нет) на выделенных-то рынках сообщ.
6. Специализация канала (аудио/видео-канал, видео-ТВ и т.д.)

3. Найдите ошибку, допущенную в тексте, и укажите правильный ответ:

Результаты исследования при использовании качественных методов сбора данных представляются в виде — статистических распределений, шкальных показателей, индексов и т.п.

Результаты исследования при использовании количественных методов сбора данных представляются в виде — статистических распределений, шкальных показателей, индексов и т.п.

4. По каким причинам может проводиться репозиционирование товара?

1. Внутренний кризис
2. Внешний кризис (законодательное регулирование, экон. ситуация)
3. Изменение качества товара
4. Изменение аудитории потребителей товара
5. Устаревание позиционирования
6. Неправильность или нерелевантность позиционирования

5. Степень важности принимаемого потребителем решения о покупке прямо зависит от субъективной оценки рисков, которым он подвергается, делая тот или иной выбор. Какие наиболее значимые риски учитывают потребители?

1. Разница в цене с аналогами
2. Качество по сравнению с аналогами
3. Иметь уверенность в покупке
4. Репутацию компании
5. Опыты потребителей
6. Информативность сопутствующих материалов (упаковка, сайт, инструкции, внеш. вид)
7. Страна происхождения, состав, материалы, качество

Индивидуальное первенство. Вопросы открытого тестирования

Шифр _____

6. Укажите основные черты рекламной коммуникации (не менее 6):

1. односторонняя коммуникация
2. платная коммуникация (эфир, бумага, печать, интернет и т.д.)
3. направленна на достижение определенных качественных параметров товара и не на установление равноправных отношений с аудиторией
4. сдержанный характер, а не убеждение тем-ко на об. см.

7. Назовите основные этапы применения медиации и фасилитации в переговорных процессах.

1. Представление участников переговоров
2. Представление интересов каждой стороны
3. Обсуждение "конкретный состав"
4. Дискуссия в конкретном вопросе
5. Установление фактов, прояснение вопросов
6. Консенсус

на об. см. →

8. Приведите по одному примеру удачного и неудачного использования истории в сторителлинге. Аргументируйте.

Удачное: проблема - герой - решение - следствие
Бывший сотрудник компании, который не был быстрое, вышло и убрало себе эту курицу в поле - на ходу. Он придумал формулу успеха, которая не могла быть так как раньше KFC. Теперь компания продвигает свою продукцию, время работы и надежность и формулу "→

9. Опишите три примера использования «дистанцирования» как инструмента имиджмейкинга.

- ✗ Дистанцирование от: негативных соц. вопросов (например, в связи с эк. ситуацией и политикой (аналитическое, негативные вопросы и поиск решений))
✓ кризисы, дегуманизации конкурентов

10. Что необходимо учитывать при анализе восприятия массовой коммуникации в формировании имиджа руководителя Вашего региона?

1. Достоверность информации, как циркулирующей в массах
2. Психологическая направленность аудитории
3. Психология и мотивы - динамика в восприятии решения - как формируются.
4. Уровень информированности менеджмента и решений руководства
5. Степень информированности населения, аудитории и конкурентов

7) Если это будет перевернуто, то сейчас /анализиру
едина. "такие" затем процесс "я закрытыми две-
ими" неже конкурс - вышло на волево,
объявление о результатах.

6) 5. решение ауд. ~ 50%
6. инвентаризация снова и другая выписка

8) Неудачно: общие книги и отчеты по
"Моя компания", которая работает на благо горо-
дан уже 20 лет. Мы были основаны в 1999
году на женском терре. Обращаясь ..."