

Индивидуальное первенство. Вопросы открытого тестирования

Шифр Р33

60+67+86=213

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

- комбинированный;
- словесный;
- изобразительный;
- звуковой;
- обонятельный

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

- Целевая аудитория
- Стоимость
- Время для подготовки рекламы
- Дальнейшее использование
- Возможность вирусного распространения
- Общественное воздействие СМИ на аудиторию

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

4. По каким причинам может проводиться репозиционирование товара?

- 1) расширение целевой аудитории;
- 2) повышение уровня конкурентоспособности на рынке;
- 3) уменьшение спроса на товар (в меньшей степени);
- 4) появление дочерних товаров, выработка общего 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?

Надежность, соотношение цены/качество;  
знакомство с брендом, доверие;  
сторителлинг — знакомые истории об этом бренде/товаре, напоминание о нем и т.д.

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

- целенаправленный характер;
- общественный характер;
- определенность целей рекламной информации;
- психологическая черта;
- эмоциональная составляющая.

2/3

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

воуни-презентации сторон,  
теплого диалога,  
слово медиатора, выработка соглашения  
подписании

Фасилитация: выбор темы; 1/2  
определение проблемы;  
определение вариантов решения;  
выбор лучшего варианта

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

Удачно: история создания уникального набора специй для курицы KFC, которая долго вывернулась шеф-поваром и сейчас по сегодняшний день используется в приготовлении.

Неудачно: при создании некоторых сортов кофе использовались натуральные ингредиенты, что не возмещало затраты на производство.

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

- 1) Когда я справляюсь на конкурсе или конкуренте в другой город - я выхожу на имидж моего университета и стараюсь выиграть там.
- 2) Отправляясь в регион, представители компании формируют свой имидж как высококвалифицированных специалистов, профессионалов;

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

- Ценности жителей, проживающих в регионе
- Исторические аспекты развития региона
- Убеждающее воздействие СМИ на аудиторию
- Формирование массового сознания
- Репутацию руководителя

1/1