

Индивидуальное первенство. Вопросы открытого тестирования

Шифр E27

78

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

- домены
- название бренда
- ООО
- ОАО
- ЗАО

P.S.: юридические чаевы
страдают

$$92 + 50 + 46 = 188$$

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

- 1) рентабельность для нашего пена
- 2) соответствие целевой аудитории
- 3) потенциальный охват
- 4) вовлеченность потребителей
- 5) рейтинг
- 6) наличие разрывов между сообщением и потребителем

3. Найдите ошибку, допущенную в тексте, и укажите правильный ответ:
Результаты исследования при использовании качественных методов сбора данных представляются в виде \emptyset статистических распределений, шкальных показателей, индексов и т.п.

Результаты исследования при использовании количественных методов...

✓ + пере здесь не нужно =>

4. По каким причинам может проводиться репозиционирование товара?

Причиной репозиционирования может послужить неуспешность предыдущей позиции, которая "преображается" по категориям под влиянием времени и рынка, или же руководство => смена взглядов внутр. аудитории на товар.

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?

- соответствие цена и качества
- будущая полезность покупки
- наличие аналогичного товара
- безопасность
- социальное одобрение

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

- 1) осязательная
- 2) нематериальное представление товаров и услуг
- 3) трансляция информации о продукте или компании
- 4) массовость
- 5) формирование имиджа
- 6) ориентация на потребителя
- 7) использование различных каналов коммуникации + карточки

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

Так случилось, что я не могу назвать данные этапы. Но могу сказать, что в принципе важно учитывать, ведя переговоры:

- не стоит вести себя невнимательно, нарушать нормы деловой культуры
- обязательно проговаривайте все так, чтобы в дальнейшем не было конфликтов и разногласий
- закрепите все документально

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

→ серия рекламных роликов Nike, где герои рассказывают свою историю успеха, что привнесло их популярность к бренду, и делают в процессе бег. История рассказывает эмоциональность и делает рекламу более живой

→ Неудачное использование истории в сторителлинге? Не могу привести пример, так как история - основа всего маркетинга, если история плохая, то и реклама не будет

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

Пускай, дистанцирование краевностей себе как компаниям взаимодействовать с обществом, транслировать всю информацию, что компания скрыта, создает образ фирмы / организации в целом, и поэтому всем еще больше хочется узнать (работает принцип закрытого клуба)

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

Необходимо учитывать различия между социальными группами, общие традиции и стереотипы, а также исторический опыт в этой же сфере