

1. Первый этап планирования рекламных мероприятий включает:
2. При анализе целевой аудитории рекламист оценивает:
3. Метод составления рекламного бюджета, основанный исключительно на интуиции рекламиста, называется:
4. Пропорциональный метод определения рекламного бюджета подразумевает:
5. Метод «цели-задачи» при расчете рекламного бюджета основан на:
6. Математическое моделирование рекламного бюджета позволяет:
7. Экспериментальный метод составления рекламного бюджета характеризуется:
8. Метод экстраполяции динамических рядов используется для:
9. Какой метод используется для оценки будущего спроса на продукт на основе анализа прошлых продаж и тенденций рынка?
10. Нормативный метод расчета потребности в товарах основывается на:
11. Метод с использованием коэффициента эластичности учитывает:
12. ROMI (Return on Marketing Investment) показывает:
13. ROAS (Return on Ad Spend) измеряет:
14. PR-эффективность оценивается с помощью:
15. Медиапланирование включает:
16. Основная цель рекламной кампании – это:
17. SWOT-анализ помогает выявить:
18. Позиционирование бренда означает:
19. Метод «фокус-группы» используется для:
20. Анализ конкурентов включает:
21. Воронка продаж отображает:



Магазин готовых ответов на тесты, практики, купить в магазине! ➔ **ОТВЕТЫ**

Нужна помощь с тестами, практикой, дипломной вкр? ➔ **КОНСУЛЬТАЦИЯ**

22. KPI (ключевые показатели эффективности) для рекламы могут включать:

23. Эффект «сарафанного радио» относится к:

24. Основное преимущество цифровой рекламы перед традиционной:

25. Контент-маркетинг направлен на:

26. Маркетинговая стратегия компании включает:

27. Бренд-менеджер отвечает за:

28. Сегментация рынка предполагает:

29. Потребительский путь (customer journey) включает:

30. Основная функция маркетингового исследования:

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com