

1. Комплекс принципов и методов организации, планирования, мотивации, контроля и информационного обеспечения рекламной деятельности — это ...
2. Брандмауэр - это:
3. Найдите соответствие:
4. По мнению Филип Котлера «ориентация на нужды и потребности клиентов, подкрепленная комплексными усилиями маркетинга, нацеленными на создание потребительской удовлетворенности в качестве основы для достижения целей организации» - это:
5. Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это:
6. ... - это стимулирующие акции, с использованием денежных и призовых фондов; акции на увеличение объема закупки, предлагающие потребителям приобрести большее количество единиц определенной товарной группы по меньшей стоимости; акции, направленные на увеличение активной клиентской базы, в рамках которых стимулируется определенная торговая команда с целью нахождения максимального количества точек сбыта.
7. Стимулирующий маркетинг применяется при ...
8. Противодействующий маркетинг применяется при ...
9. Найдите соответствие:
10. ...- система регистрации положения глаз и направления взгляда. В маркетинге эта технология применяется для получения данных о том, куда и почему смотрят респонденты.
11. Макросреда маркетинга НЕ обусловлена:
12. Моментом рождения классической модели бренд-менеджмента считается появление докладной записки младшего менеджера по маркетингу компании Procter & Gamble, ответственного за рекламу мыла Camay. Назовите дату появления модели бренд-менеджмента:
13. В Теория перспектив Нобелевские лауреаты Амос Тверски и Даниэль Канеман вывели закономерность прибылей и потерь для рядового потребителя. Какие этапы прибылей и потерь были выдвинуты и доказаны учёными:
14. Кому из авторов-учёных принадлежат эти строки: «И помните: «более умный» маркетинг не означает использование лишь вашего мозга. Он означает и использование мозга ваших покупателей!»

15. Маркетинговый механизм, при помощи которого из всего числа интернет-пользователей можно выделить только ту целевую аудиторию, которая соответствует определенным критериям (географический, социально-демографический и др.), и донести до нее рекламную информацию.
16. Термин «партизанский маркетинг» появился в США, в:
17. Термин «нейромаркетинг» сформулировал профессор Гарварда, в:
18. К рекламе розничной торговли относятся:
19. Рекламный щит с односторонними или двусторонними, горизонтальными (6х3 м) или вертикальными (3х6 м) с возможностью внешней подсветки – это ...
20. Вертикальная рекламная конструкция с внутренней подсветкой со стандартными размерами 1,2х1,8 м - это:
21. Найдите соответствие:
22. ... - относятся к разряду «уличной мебели», представляя собой круглую или трехстороннюю конструкцию. Размер рекламного поля - 1.4 х 3 м.
23. Найдите соответствие:
24. ... - наружная конструкция, закрепленная на стене здания, площадью поверхности до нескольких тысяч квадратных метров. Часто размещают на зданиях, которые строятся или ремонтируются. Размеры самой рекламы порой достигают размеров самого здания, следовательно, увидеть его можно даже с большого расстояния.
25. Найди соответствие:
26. MICE-реклама – это ...
27. Найди соответствие:
28. НЕ запрещено рекламировать следующие товары и услуги:
29. Термин «вирусный маркетинг» появился в США, в:
30. Автором высказывания «Покупатели получают информацию из результатов поиска, отзывов пользователей, звёздочных рейтингов, текстовых объявлений, графических объявлений, заголовков новостей, видео, и даже старых добрых официальных вебсайтов брендов» является ...
31. Найдите соответствие:

32. Маркетинг впервые стали читать в Америке как официальный курс в:
33. Термин «вирусный маркетинг» появился в США, ввел в обиход это словосочетание:
34. По характеру аргументации выделяют рекламу ...
35. Реклама, распространяемая национальными компаниями, рассчитанная на завоевание рынка в других странах, называется ... рекламой
36. Одна из важнейших функций плана маркетинговых коммуникаций заключается в определении маркетинговых ...
37. Социальная сеть, добровольно отказавшаяся от размещения на своих страницах рекламы табака и алкоголя, – «...»
38. Всемирная выставка достижений науки и техники 1889 г. открыла миру такую рекламную конструкцию, как ...
39. При планировании краткосрочных акций обычно используют ...
40. Наиболее высокую среди всех видов рекламы возможность таргетирования аудитории представляет ...
41. Самым известным примером BTL принято считать ...
42. Кросс-реклама – это ...
43. Недостаток партизанской рекламы – ...
44. Product placement – это ...
45. Основное средство рекламы в годы, когда общество проходило технологическую стадию развития, – это ...
46. Наиболее традиционным и сравнительно недорогим средством рекламирования является реклама ...
47. Модель «слабой рекламы», имеющая больше сторонников в Европе, предполагает такую схему воздействия, когда потребитель, получая осведомленность о товаре из рекламы, ...
48. «Спящий эффект» означает, что ...
49. Одной из важнейших сфер применения страха в качестве мотива является ... реклама