



**Disynergy.ru – Сдача тестов без предоплаты**

**Email: help@disynergy.ru**

**Whatsapp/Telegram/Viber: +7(924) 305-23-08**

1. ... можно считать «вечным ньюс-мейкером»
2. ... – специальное мероприятие, проходящее как массовое празднество, показ достижений музыкального, театрального, эстрадного или любого другого искусства либо достижений в какой-либо другой области
3. Средство PR, информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которого они могут получить интересующую их информацию, – это ...
4. Ассоциирующийся с брендом музыкальный фрагмент – ...
5. Бриф - это ...
6. Видеотрансляция под музыку, подборка видеоряда в соответствии с музыкальным сопровождением - это ...
7. Выбор партнера на конкурсной основе для решения конкретной маркетинговой задачи или оказания комплекса услуг, называется ...
8. Декорация с логотипом компании, расположенная на задней части сцены, на фоне которой выступают ведущие, президенты компаний, звезды, – это ...
9. Деловое специальное мероприятие, имеющее довольно жесткий, стандартизированный формат и практическую направленность, - это...
10. Деятельность, направленная на достижение определенных целей при заданных ограничениях по времени, денежным средствам (ресурсам) и качеству конечных результатов, – это ...
11. Для публичной демонстрации достижений в различных областях традиционно используется формат ...
12. Если планируется ужин с шоу-программой и танцами, количество гостей - 100 человек, то оптимальная площадь помещения для проведения этого мероприятия - ...
13. Если ресторан а размещает рекламу ресторана б в то время как ресторан б продвигает услуги ресторана а, то такой тип взаимодействия является
14. Званый обед или торжественный ужин, устраиваемый в честь определенного лица или события, – ...
15. Зрелищный, эффектный объект, номер или исполнитель, привлекающий внимание людей - это ...
16. Информация о том, что за прошедшую неделю в печатных источниках опубликовано 9 упоминаний общей площадью 0,9 п. л., на телевидении прошло 3 сюжета общей длительностью 10 минут, пресс-релиз акции размещен на 5 сайтах - это ...
17. Коммуникация – это ...
18. Коэффициент сменяемости представляет собой частное от деления общей численности посетителей на .. посещаемость
19. Лайтчек- это ...





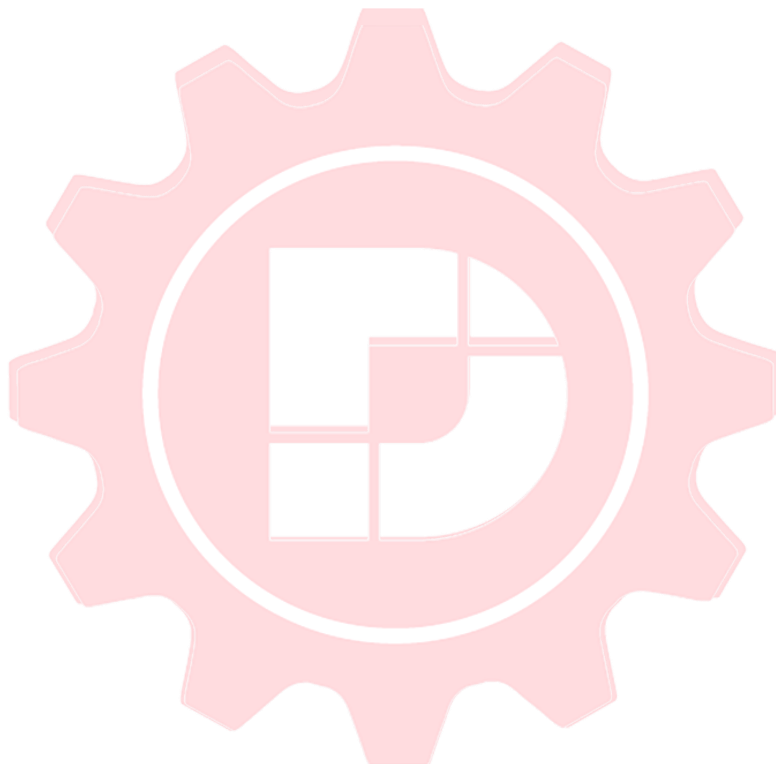
20. Массовое зрелищное музыкальное специальное мероприятие, проходящее в закрытом помещении или на открытом воздухе, – это ...
21. Мероприятие можно считать полностью завершенным после ...
22. Мероприятие можно считать успешным в случае если ...
23. Метод исследования материалов, опубликованных в СМИ, применяемый для оценки качественного и количественного присутствия компании (персоны, бренда, идеи) в прессе, - это ...
24. Наиболее выгодным для продвижения мероприятия является присутствие на нем ...
25. Образ субъекта в общественном сознании – это ...
26. Определенная группа людей, состоящая из потенциальных потребителей товара (покупателей и клиентов), к которым обращено рекламное сообщение, – это ...
27. Основанный на подражании процесс включения аудитории в ритмический и эмоциональный контекст происходящего действия -...
28. Основная черта, характеристика или свойство, присущее товару, выгодно отличающее его от конкурентов и привлекательное для потребителей,-...
29. Основной документ любого мероприятия – ...
30. Первый этап подготовки любого мероприятия - это ...
31. Положительная известность субъекта среди его общественности называется ...
32. Понятие, логически не связанное с остальными, – ...
33. Понятие, логически не связанное с остальными, – ...
34. Популярным и выгодным способом финансирования мероприятия является ...
35. Преднамеренно подготовленная ложная информационная модель субъекта, распространяемая среди общественности этого субъекта и направленная на формирование его ложного имиджа в соответствии с интересами ее создателя – это ...
36. Принцип, на котором основана идея организации «Первого Всероссийского фестиваля манной каши», называется ...
37. Процесс популяризации бренда и закрепления его позитивного облика в сознании целевых аудиторий – ...
38. Размещение логотипов, задников, эмблем и прочих атрибутов компании нацелено более всего на аудиторию ...
39. Совокупность элементов, которые обеспечивают единство внешнего вида всех имеющих отношение к фирме объектов (логотипа, торговой марки, цветовой палитры, шрифта), - это ...
40. Специальное мероприятие, осуществляемое в дискуссионной форме, главной целью которого является передача информации - это...
41. Специальное мероприятие, проводимое с целью распространения некоторой информации и/или демонстрации некоторых товаров или услуг, – это ...
42. Способ предварительного или оперативного учета гостей на открытом мероприятии в ограниченном помещении – это ...
43. Средство PR, информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которого они могут получить интересующую их информацию, - это ...





**44. Устойчивый ложный образ субъекта, сформировавшийся в условиях преднамеренных или произвольных дефицита или (и) противоречивости у общественности информации о субъекте, – это ...**

### Тесты синергия



# DISYNERGY.RU

