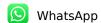
## SMM киберспортивной организации. фкибер БАК

Необходимо ли вести социальные сети организации больше, чем на одном языке? Внимание аудитории к социальным сетям киберспортивной организации зависит от: Основной задачей SMM-специалиста с точки зрения удовлетворения информационных потребностей аудитории на киберспортивном рынке является: Самым востребованным каналом коммуникации с аудиторией на данный момент является: Самым эффективным способом взаимодействия с аудиторией в социальных сетях является: Более 70% коммерческой деятельности киберспортивной индустрии составляют: Управление репутацией в социальных сетях это: Развитие социальных сетей игрока - это возможность: Крупные скандалы или поведение игрока могут мгновенно снизить: K digital-потребностям киберспортивной организации в социальных 10 сетях не относится: 11 Поклонник киберспорта как правило интересуется: К распространённым связкам киберспортивных дисциплин 12 относится: 13 Сегментация аудитории - это ... Условно целевую аудиторию киберспортивной организации можно разделить на группы: В ходе работы с аудиторией необходимо сфокусироваться на группах:

Укажите группы характеристик, по которым необходимо уточнить



16



сегментирование аудитории:





- (17) Модель, которая необходима для изучения потребностей, которые закрывает человек при контакте в социальных сетях с киберспортивной организации это ...
- (18) Маркетинговое исследование, которое даст информацию о возрасте аудитории и её предпочтениях это ...
- 19 Если деятельность киберспортивной организации выстроена относительно дистрибуции мерча, какую методику необходимо применить для эффективной работы?
- (20) Несмотря на сегментирование киберспортивной аудитории по поведенческим паттернам, основную роль в делении на группы играет:
- $\stackrel{ extstyle (21)}{ extstyle (21)}$  К свежим форматам коммуникации относится:
- (22) Цели, которые могут быть у стратегии присутствия на площадке организации это ...
- (23) Позиционирование содержит в себе:
- <sup>(24)</sup> Инсайт это:
- $\binom{25}{}$  PR-взаимодействие с целевой аудитории ориентированы на типы:
- $\binom{26}{}$  В PR-подходе бренд является своеобразным обещанием...
- (27) Болельщики посещают киберспортивные мероприятия в расчете на:
- ②8 Функции продвижения можно сгруппировать в следующие категории:
- (29) Имидж организации в большей степени зависит от:
- 30 Для повышения лояльности аудитории PR-специалисты рекомендуют следующие способы:
- 31 Коэффициент вовлеченности аудитории (ER) может иметь подвиды:
- (32) Негативные реакции свидетельствуют o:
- $\binom{33}{}$  Метрика пользовательского контента (UGC) позволяет оценить:
- (34) Укажите термин частоты генерации контента:

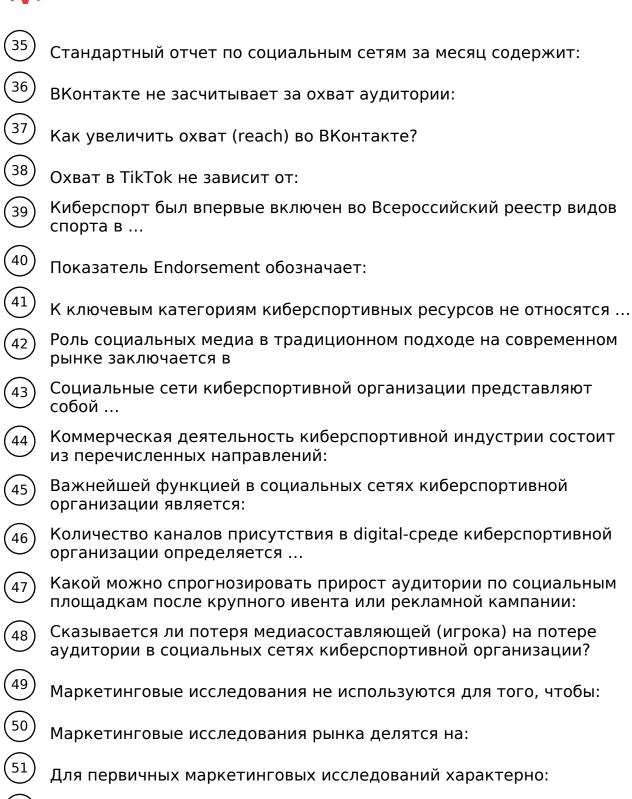
Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)













52

53

относится:





Для вторичных маркетинговых исследований характерно:

К самым популярным видам маркетинговых исследований



- Классический метод маркетинговых исследований, который охватывает самую узкую аудиторию - это ...
- Самым популярным и простым способом маркетинговых исследований является:
- Объем киберспортивной аудитории по данным последних 56 исследований ...
- По гендерному распределению киберспортивная аудитория 57 преимущественно:
- 58 Главной причиной роста киберспортивной аудитории стала
- Понятие комплекса SMM киберспортивной организации включает в 59` себя ...
- 60 Сегмент В2В подразумевает...
- 61 Стратегия присутствия в социальных сетях является:
- Классическая стратегия состоит из ряда аналитических 62 направлений, которые включают в себя:
- 63 SWOT-анализ это:
- SWOT-анализ не предполагает, что для успешного развития 64 компании необходимо учитывать следующие характеристики:
- В стратегическом подходе при работе с социальными сетями 65 организации можно отталкиваться от:
- Самый высокий уровень вовлеченности среди типов контента 66 имеет:
- 67 К трендам социальных сетей 2022-2023 не относится:
- 68 К заботе о чистоте социальных медиа не относится:
- 69 Укажите термин ключевых показателей эффективности:
- Если есть подозрения в метрике «количество подписчиков», 70 необходимо провести следующие процедуры:
- Метрика «количество отписок» не может оценить:
- Метрика «охват» показывает ...

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









(	73	) Перечислите типы	охвата:
	$\sim$		

- 74 Органический охват это:
- <sup>(75)</sup> Виральный охват напрямую зависит от:
- $\binom{76}{}$  На органический охват влияет:
- $\binom{77}{}$  К метрикам для оценки обратной связи от аудитории относится:
- (78) Коэффициент распространения (AR) характеризует:



