



SMM киберспортивной организации.фкибер_БАК

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





- 17) Модель, которая необходима для изучения потребностей, которые закрывает человек при контакте в социальных сетях с киберспортивной организацией – 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:
- 21) К свежим форматам коммуникации относится:
- 22) Цели, которые могут быть у стратегии присутствия на площадке организации – это ...
- 23) Позиционирование содержит в себе:
- 24) Инсайт – это:
- 25) PR-взаимодействие с целевой аудиторией ориентированы на типы:
- 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 о:
- 33) Метрика пользовательского контента (UGC) позволяет оценить:
- 34) Укажите термин частоты генерации контента:





- 35) Стандартный отчет по социальным сетям за месяц содержит:
- 36) ВКонтакте не засчитывает за охват аудитории:
- 37) Как увеличить охват (reach) во ВКонтакте?
- 38) Охват в TikTok не зависит от:
- 39) Киберспорт был впервые включен во Всероссийский реестр видов спорта в ...
- 40) Показатель Endorsement обозначает:
- 41) К ключевым категориям киберспортивных ресурсов не относятся ...
- 42) Роль социальных медиа в традиционном подходе на современном рынке заключается в
- 43) Социальные сети киберспортивной организации представляют собой ...
- 44) Коммерческая деятельность киберспортивной индустрии состоит из перечисленных направлений:
- 45) Важнейшей функцией в социальных сетях киберспортивной организации является:
- 46) Количество каналов присутствия в digital-среде киберспортивной организации определяется ...
- 47) Какой можно спрогнозировать прирост аудитории по социальным площадкам после крупного ивента или рекламной кампании:
- 48) Сказывается ли потеря медиасоставляющей (игрока) на потере аудитории в социальных сетях киберспортивной организации?
- 49) Маркетинговые исследования не используются для того, чтобы:
- 50) Маркетинговые исследования рынка делятся на:
- 51) Для первичных маркетинговых исследований характерно:
- 52) Для вторичных маркетинговых исследований характерно:
- 53) К самым популярным видам маркетинговых исследований относится:





- 54) Классический метод маркетинговых исследований, который охватывает самую узкую аудиторию – это ...
- 55) Самым популярным и простым способом маркетинговых исследований является:
- 56) Объем киберспортивной аудитории по данным последних исследований ...
- 57) По гендерному распределению киберспортивная аудитория преимущественно:
- 58) Главной причиной роста киберспортивной аудитории стала
- 59) Понятие комплекса SMM киберспортивной организации включает в себя ...
- 60) Сегмент B2B подразумевает...
- 61) Стратегия присутствия в социальных сетях является:
- 62) Классическая стратегия состоит из ряда аналитических направлений, которые включают в себя:
- 63) SWOT-анализ это:
- 64) SWOT-анализ не предполагает, что для успешного развития компании необходимо учитывать следующие характеристики:
- 65) В стратегическом подходе при работе с социальными сетями организации можно отталкиваться от:
- 66) Самый высокий уровень вовлеченности среди типов контента 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:
- 70) Если есть подозрения в метрике «количество подписчиков», необходимо провести следующие процедуры:
- 71) Метрика «количество отписок» не может оценить:
- 72) Метрика «охват» показывает ...





- 73) Перечислите типы охвата:
- 74) Органический охват это:
- 75) Виральный охват напрямую зависит от:
- 76) На органический охват влияет:
- 77) К метрикам для оценки обратной связи от аудитории относится:
- 78) Коэффициент распространения (AR) характеризует:

