



Итоговая аттестация Создание личного бренда государственного служащего в социальных сетях.GR

- 1 Личный бренд складывается из двух составляющих: ...
- 2 Тремя характеристиками для выделения целевой аудитории можно назвать...
- 3 Главной ошибкой при выборе целевой аудитории является...
- 4 Портрет целевой аудитории - это...
- 5 Главный критерий для имиджа госслужащего – это...
- 6 Контраст в одежде ассоциируется с...
- 7 Начинать работу над тестом для социальных сетей следует с...
- 8 Ритм текста можно сохранить, если...
- 9 Визуальный стиль текста – это...
- 10 Контент-план отвечает на 4 вопроса – это ...
- 11 Одним из показателей эффективности размещённого контента является...
- 12 Сторителлинг – это...
- 13 Признаками хорошей истории являются...
- 14 Экспозиция оценок в сторителлинге – это...
- 15 Участие в гивевее (Giveaway) в качестве спонсора (...) эффективным методом продвижения личного бренда
- 16 Инструментом продвижения личного бренда в социальных сетях нельзя назвать...
- 17 Основными критериями при выборе блогера, лидера мнения для рекламы или подготовки совместного контента является...



- (18) Хейт в социальных сетях – это...
- (19) Признаками хейта в социальных сетях является...
- (20) Хейт отличается от возражения тем, что...
- (21) Возражение – это...
- (22) Порядок работы с возражением должен происходить в таком порядке: ...
- (23) Словесную конструкцию/конструкции, применяемые для работы с возражениями, выглядят следующим образом:
- (24) «Адвокаты бренда» - это...
- (25) Экологичность в продвижении личного бренда – это...

