



Итоговая аттестация Цифровые медиакоммуникации: ведение официальных страниц органов власти в социальных сетях.GR

- 1 Контент-план – это ...
- 2 По какому из нижеприведённых признаков определять целевую аудиторию НЕ стоит?
- 3 Таргетированная реклама – это ...
- 4 Сколько в среднем в сутки россиянин проводит времени в интернете?
- 5 Выберете корректный вариант ответа на обращение гражданина в интернете, в котором он сообщает, что уже месяц не может дозвониться в регистратуру поликлиники для записи к офтальмологу:
- 6 Что является главным медиариском в государственном PR?
- 7 Какой федеральный закон обязывает государственные органы размещать информацию в социальных сетях?
- 8 Какой из этих каналов коммуникации позволяет доставлять информацию до аудитории наиболее молниеносно:
- 9 Обратная связь в интернете – это...
- 10 Верификация сообщества в социальной сети – это...
- 11 Определение целевой аудитории по конкретным параметрам (пол, возраст, география, профессиональная принадлежность, хобби и тд) называется...
- 12 Какой основополагающий критерий необходимо учитывать при выборе площадки для позиционирования организации в социальных сетях?
- 13 Какая из нижеприведенных мер не поможет в развитии телеграм-канала:
- 14 Какой из этих видов контента не является интерактивным?





- 15 Традиционные признаки социальной сети – это:
- 16 Впервые термин «социальная сеть» возник....
- 17 Вовлечение пользователей достигается за счёт:
- 18 В каком году были основаны ведущие российские социальные сети?
- 19 Наиболее удачный формат визуального контента для просмотра на смартфоне:
- 20 Оптимальный хронометраж информационного видеоролика -
- 21 В каком предложении имеет место лексическая недостаточность?
- 22 Среднее время взаимодействия пользователя с информацией в социальных сетях:
- 23 Главные правила при подготовке текста для поста в социальных сетях:
- 24 Информационный риск – это...
- 25 Как определить наиболее популярную площадку в социальных медиа в определённом географическом сегменте аудитории?

