



## Итоговый экзамен SMM - специалист.ДРБ\_SMMPX\_РАНХИГС

- 1 SMM- менеджер – это..?
- 2 Кого называют «Тамадой» в социальных сетях?
- 3 Monthly Reach - это.. ?
- 4 Какая площадка по доле покупателей стоит на первом месте?
- 5 SMM стратегия – это ?
- 6 Что должно быть прописано в первом пункте SMM стратегии?
- 7 Соотнесите термины с формулами.
- 8 Расставьте этапы работы специалиста по таргетированной рекламе в порядке, соответствующем процессу запуска кампании:
- 9 Определите, к какому направлению относятся эти цели.
- 10 Характеристики и выгоды, значимые для потребителей, которые уже предлагаются конкурентами и должны присутствовать у любого товара в категории – это \_\_\_\_\_.
- 11 Характеристики и выгоды, которые потребители четко ассоциируют с данным брендом, благодаря чему позитивно оценивают его и верят, что он выделяется по этим параметрам в товарной категории (потребители верят, что не найдут такого у конкурирующих брендов) – это \_\_\_\_\_.
- 12 Распределите, что из этого POPs, а что PODs для флагманского смартфона..
- 13 Какие модели оплаты таргетированной рекламы есть ВКонтакте?
- 14 Какие функции доступны в статусе «Наблюдатель» в рекламном кабинете ВКонтакте?
- 15 Выберите таргетинг, который недоступен в рекламном кабинете.





- 16) Какой набор таргетингов доступен в рекламном кабинете ВКонтакте?
- 17) ...- процесс планирования создания, публикации и управления контентом.
- 18) KPI – это..?
- 19) Целевая аудитория – это..?
- 20) К какому сегменту относится: Лояльность к продукту, как часто пользуются продуктом
- 21) К какой ЦА относятся любители определенной марки автомобиля?

