**Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной**

*Учебная дисциплина****: Технологии продвижения в социальных сетях и мессенджерах (SMM)***

Компетенции:

ПКП-3 Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций

ПКП-5 Способность управлять рисками коммуникационной деятельности и измерять эффекты интегрированной коммуникации

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Номер задания | Правильный ответ | Содержание задания | Компетенция |
| 1 | вовлеченность | **Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:** | ПКП-3 |
| 2 | а | **Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:**  **а) охват**  **б) сообщения**  **в) лидогенерация** | ПКП-3 |
| 3 | б | **Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:**  **а) Холст**  **б) фото**  **в) Stories** | ПКП-3 |
| 4 | в | **Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:**  **а) Stories**  **б) Холст**  **в) кольцевая галерея** | ПКП-3 |
| 5 | в | **Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:**  **а) просмотры видео в точке 15%**  **б) просмотры видео в точке 35%**  **в) просмотры видео в точке 25%** | ПКП-3 |
| 6 | вариант таргетинга, доступный в разделе «Аудитория» инструмента создания группы объявлений. Он позволяет уточнить группу людей, которым будет демонстрироваться реклама. Можно использовать дополнительные демографические данные, сведения об интересах и моделях поведения людей | **Что такое детальный таргетинг?** | ПКП-5 |
| 7 | б | **Параметры детального таргетинга могут зависеть от:**  **а) чем люди не делятся в Хронике**  **б) чем люди делятся в Хронике**  **в) аудитории** | ПКП-5 |
| 8 | в | **Параметры детального таргетинга могут зависеть от:**  **а) аудитории**  **б) какую рекламу люди не нажимают**  **в) какую рекламу люди нажимают** | ПКП-5 |
| 9 | б | **Комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач:**  **а) менеджмент в социальных сетях**  **б) маркетинг в социальных сетях** | ПКП-5 |
| 10 | б | **Существуют … ключевые стратегии в рамках SMM:**  **а) 4**  **б) 3**  **в) 2** | ПКП-5 |