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

*Учебная дисциплина****: Маркетинговые проекты с лидерами мнений***

Компетенции:

ПКП-2 Способность сформировать понимание ценности продукции СМИ и развивать реальный и потенциальный cпpoc у конечного потребителя.

ПКП-3 Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики.

| **Номер задания** | **Содержание задания** | **Правильный ответ** | **3** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Что входит в интегрированные маркетинговые коммуникации? | Реклама, PR, стимулирование сбыта и прямой маркетинг | ПКП-2 |
| 2 | Особый нематериальный актив, представляющий собой объективно сформировавшуюся совокупность представлений и мнений сторон, связанных с организацией и входящих в её бизнес-среду. | Деловая репутация организации | ПКП-2 |
| 3 | Назовите основные элементы имиджа (не менее трех) | 1-имидж товара (услуги); 2 - имидж потребителей товара; 3 - внутренний имидж организации; 4 - имидж основателя и / или основных руководителей; 5 - имидж персонала; 6 - визуальный имидж организации; 7 -социальный имидж организации; 8 –бизнес-имидж организации. | ПКП-2 |
| 4 | Что относится к средствам прямой рекламы?  Назовите не менее трех. | Реклама по почте, реклама по телефону, реклама в средствах массовой информации, реклама посредством личного контакта | ПКП-2 |
| 5 | Что является преимуществом прямой рекламы? | При минимальных затратах средств имеет высокую избирательную способность. | ПКП-2 |
| 6 | Что входит в рекламные материалы? Назовите не менее трех. | Рекламный материал - каталоги, проспекты, брошюры, плакаты | ПКП-2 |
| 7 | Прямые контакты с покупателями с применением электронных и печатных средств коммуникации, на основе имеющихся баз данных о потенциальных покупателях, с целью совершения продаж товара | Прямой маркетинг | ПКП-2 |
| 8 | Как называется кратковременное, периодически и обычно в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого предприятия - экспоненты с помощью образцов (экспонатов) создают представительную картину предложения товаров (услуг), технологий одной или нескольких отраслей и стремятся проинформировать конечных потребителей и / или торговых посредников о себе и о своей продукции с конечной целью  содействия продажам? | Торгово-промышленная выставка | ПКП-2 |
| 9 | Как называется организация информирования потенциальных покупателей о продвигаемом (предлагаемом) товаре в комплексе с одновременным активным воздействием на все его чувства восприятия окружающей действительности: зрение, слух, обоняние, осязание и вкус? | Сенсорный маркетинг | ПКП-2 |
| 10 | Что является обеспечением быстрого, краткосрочного всплеска интереса и активности покупателей (в том числе посреднических организаций) относительно продвигаемого товара? | Стимулирование сбыта | ПКП-2 |
| 11 | Что входит в интегрированные маркетинговые коммуникации? | Реклама, PR, стимулирование сбыта и прямой маркетинг | ПКП-3 |
| 12 | Особый нематериальный актив, представляющий собой объективно сформировавшуюся совокупность представлений и мнений сторон, связанных с организацией и входящих в её бизнес-среду. | Деловая репутация организации | ПКП-3 |
| 13 | Назовите основные элементы имиджа (не менее трех) | 1-имидж товара (услуги); 2 - имидж потребителей товара; 3 - внутренний имидж организации; 4 - имидж основателя и / или основных руководителей; 5 - имидж персонала; 6 - визуальный имидж организации; 7 -социальный имидж организации; 8 –бизнес-имидж организации. | ПКП-3 |
| 14 | Что относится к средствам прямой рекламы?  Назовите не менее трех. | Реклама по почте, реклама по телефону, реклама в средствах массовой информации, реклама посредством личного контакта | ПКП-3 |
| 15 | Что является преимуществом прямой рекламы? | При минимальных затратах средств имеет высокую избирательную способность. | ПКП-3 |
| 16 | Что входит в рекламные материалы? Назовите не менее трех. | Рекламный материал - каталоги, проспекты, брошюры, плакаты | ПКП-3 |
| 17 | Прямые контакты с покупателями с применением электронных и печатных средств коммуникации, на основе имеющихся баз данных о потенциальных покупателях, с целью совершения продаж товара | Прямой маркетинг | ПКП-3 |
| 18 | Как называется кратковременное, периодически и обычно в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого предприятия - экспоненты с помощью образцов (экспонатов) создают представительную картину предложения товаров (услуг), технологий одной или нескольких отраслей и стремятся проинформировать конечных потребителей и / или торговых посредников о себе и о своей продукции с конечной целью  содействия продажам? | Торгово-промышленная выставка | ПКП-3 |
| 19 | Как называется организация информирования потенциальных покупателей о продвигаемом (предлагаемом) товаре в комплексе с одновременным активным воздействием на все его чувства восприятия окружающей действительности: зрение, слух, обоняние, осязание и вкус? | Сенсорный маркетинг | ПКП-3 |
| 20 | Что такое плагиат? | Умышленное присвоение авторства на чужое произведение науки, литературы или искусства в целом или в частности | ПКП-3 |