

**ҚУМАШ НҰРҒАЛИЕВ АТЫНДАҒЫ ЖОҒАРЫ КОЛЛЕДЖ  
ВЫСШИЙ КОЛЛЕДЖ ИМЕНИ КУМАША НУРГАЛИЕВА**

Келісілді/ Соголасовано  
Басшының ОӘЖ орынбасары/  
Зам.директорының ОҰМР

  
Р. К. Байсерғенова  
БӨЛІМІ  
" 27 ЛЕБНАЯ 03  
ЧАСТЬ

2023ж.



Бекітемін/ Утверждаю  
Техникалық кафедра/  
Техническая кафедра  
Кафедра менеджерісі/Зав. кафедрой  
М.Б. Красулина  
(Протокол № 8  
2023ж.г. " 24 " 03

**Вопросы, выносимые на экзаменационную сессию**

<b>Специальность:</b>	04130100 - Менеджмент (по отраслям и областям применения)
<b>Квалификация:</b>	4S04130101 - Менеджер
<b>Форма обучения:</b>	дневная
<b>На базе:</b>	Основного среднего образования
<b>Курс</b>	2
<b>Семестр</b>	4
<b>Модуль</b>	ПМ 3 «Работа в программах продвижения и ведение профилей в социальных сетях»

Результаты обучения	Дисциплины, формирующие модуль	Количество вопросов	Разработчики
РО 3.1	Подбирать оптимальные программы продвижения.	20	Нечаева Е.С.
РО 3.2	Создавать, поддерживать, контролировать и осуществлять постоянный мониторинг социальных сетей.	20	Нечаева Е.С.
РО 3.3	Осуществлять обработку контента, обновлять его, согласно установленного плана и задач компании.	10	Нечаева Е.С.

**Өскемен/Усть-Каменогорск, 2023**

## Группа 21М-1

### ПМ 3 Работа в программах продвижения и ведение профилей в социальных сетях

#### РО 3.1 Подбирать оптимальные программы продвижения.

1. Этап разработки программы продвижения продукта компании, на котором происходит сбор информации:
2. К числу наиболее распространенных целей продвижения не относятся:
3. Алгоритм развития от торговой марки к бренду
4. Совокупность планируемых рекламных кампаний, рассчитанных на год или больше и характеризующихся определенными показателями называют:
5. Найдите правильный ответ определению маркетинг:
6. Найдите правильный ответ определению вид маркетинга:
7. Укажите основную систему маркетинга:
8. Найдите правильный ответ определению рынок:
9. Укажите основные виды рынка в маркетинге:
10. Найдите правильное определение «микросреда фирмы»:
11. К силам микромаркетинговой среды относят:
12. Выберите неправильный ответ. Составляющими экономического фактора макромаркетинговой среды являются:
13. Выберите правильный ответ. Составляющими социально-культурного фактора макромаркетинговой среды являются:
14. Анализ внутренней среды маркетинга производят по следующим направлениям:
15. Выберите неправильный ответ. Этапы маркетингового исследования являются:
16. Методами проведения кабинетных исследований являются:
17. Укажите самый универсальный способ связи с аудиторией:
18. Методами качественных исследований являются:
19. К наиболее распространенным формам опроса не относится
20. Планомерный процесс создания и развития бренда, обоснования его имиджа, позиционирования, продвижения бренда на рынке называют:

#### РО 3.2. Создавать, поддерживать, контролировать и осуществлять постоянный мониторинг социальных сетей.

21. Процесс отслеживания активности конкурентов, упоминаний бренда, репостов, вовлеченности целевой аудитории, лайков, комментариев, хэштегов, охватов и других ключевых метрик в соцсетях называют:
22. К задачам мониторинга социальных сетей не относят:
23. Определите основные функции рынка:
24. Основные принципы маркетинговых подразделений фирмы. Выберите неправильный ответ.
25. Найдите правильное определение понятия «товар»:
26. Найдите правильное определение понятия «обмен»:
27. Понятию «потребность» наиболее подходит определение -
28. Сегмент рынка - это
29. Сегментация рынка по группам потребителей - это
30. Сегментация по предприятиям (конкурентам) - это

31. Укажите критерии сегментации характеризующий тип личности:
32. Укажите критерий сегментации, характеризующий переменную «отношение к товару»:
33. Выберите неправильный ответ. Факторы культурного уровня, оказывающие влияние на поведение покупателя.
34. Факторы психологического порядка, оказывающие влияние на поведение покупателя. Выберите правильный ответ.
35. Характеристики рынка товаров промышленного назначения. Выберите неправильный ответ.
36. Группа факторов оказывающих влияние на поведение покупателя включающее понятие «мотивация».
37. Группа факторов оказывающих влияние на поведение покупателя включающее понятие «социальное положение»
38. К психологическим моделям поведения потребителей не относятся:
39. Выберите неправильный ответ. Основными требованиями к построению модели потребительского поведения являются:
40. Имитационные модели подразделяют на:

**РО 3.3. Осуществлять обработку контента, обновлять его, согласно установленного плана и задач компании.**

41. Перспективное и прогрессивное направление, используемое для привлечения внимания пользователя, формирования лояльности аудитории и поддержания интереса к компании или личному бренду на протяжении долгого периода времени называют:
42. Контент, подтверждающий экспертность автора блога в том или ином вопросе
43. Контент, превращающий потенциального покупателя в реального
44. Мотивация - это...
45. Потребность – это...
46. Стимул - это...
47. Вознаграждение - это
48. Этапы формирования ценовой стратегии при сборе исходной информации. Выберите неправильный ответ.
49. К ценовым стратегиям не относится:
50. Контент, содержащий информацию, направленную на завоевание доверия покупателя