

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал)  
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Шилов С.П.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине МДК 04.02 Организация профессиональной деятельности техника-  
программист  
для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена  
09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям)  
(базовая подготовка)  
Форма обучения - очная

Зыбина Наталья Валерьевна МДК 04.02 Организация профессиональной деятельности техника-программист. Фонд оценочных средств дисциплины для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям) Форма обучения – очная. Тобольск, 2020.

Фонд оценочных средств разработан на основе ФГОС СПО по специальности 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 августа 2014 года, № 1001.

© Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета, 2020

© Зыбина Наталья Валерьевна , 2020

## Содержание

1. Общая характеристика фондов оценочных средств.....	3
2. Паспорт фонда оценочных средств.....	7
3. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины.....	8

## 1. Общая характеристика фондов оценочных средств

### 1.1. Область применения программы

Фонд оценочных средств учебной дисциплины МДК 04.02 Организация профессиональной деятельности техника-программист является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям) базовой подготовки.

Фонд оценочных средств учебной дисциплины МДК 04.02 Организация профессиональной деятельности техника-программист может быть использован в профессиональной подготовке студентов по квалификации – техник-программист.

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Дисциплина МДК 04.02 Организация профессиональной деятельности техника-программист входит в профессиональный модуль ПМ 04 Обеспечение проектной деятельности.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 4.1. Управлять содержанием проекта.

ПК 4.2. Управлять сроками и стоимостью проекта.

ПК 4.3. Управлять качеством проекта.

ПК 4.4. Управлять ресурсами проекта.

ПК 4.5. Управлять персоналом проекта.

ПК 4.6. Управлять рисками проекта.

ПК.1.1. Обрабатывать статический информационный контент.

ПК.1.2. Обрабатывать динамический информационный контент.

ПК.1.3. Осуществлять подготовку оборудования к работе.

ПК.1.4. Настраивать и работать с отраслевым оборудованием обработки информационного контента.

ПК.1.5. Контролировать работу компьютерных, периферийных устройств и телекоммуникационных систем, обеспечивать их правильную эксплуатацию.

- ПК.2.1. Проводить исследование объекта автоматизации.
- ПК.2.2. Создавать информационно-логические модели объектов.
- ПК.2.3. Разрабатывать и публиковать программное обеспечение и информационные ресурсы отраслевой направленности со статическим, динамическим и интерактивным контентом.
- ПК.2.4. Проводить отладку и тестирование программного обеспечения отраслевой направленности.
- ПК.2.5. Проводить адаптацию программного обеспечения отраслевой направленности.
- ПК.2.6. Разрабатывать, вести и экспертировать проектную и техническую документацию.
- ПК 3.1. Выявлять и разрешать проблемы совместимости программного обеспечения отраслевой направленности.
- ПК 3.2. Осуществлять продвижение и презентацию программного продукта.
- ПК 3.3. Проводить обслуживание, тестовые проверки, настройку программного обеспечения отраслевой направленности.
- ПК 3.4. Работать с системами управления взаимоотношениями с клиентами.

Код ПК, ОК	Практический опыт	Умения	Знания
ПК 4.1 – ПК 4.5	<p>ПО 1. Обеспечения содержания проектных операций.</p> <p>ПО 2. Определения сроков и стоимости проектных операций.</p> <p>ПО 3. Определения качества проектных операций.</p> <p>ПО 4. Определения ресурсов проектных операций.</p> <p>ПО 5. Определение рисков проектных операций.</p>	<p>У1. выполнять деятельность по проекту в пределах зоны ответственности.</p> <p>У2. описывать свою деятельность в рамках проекта.</p> <p>У3. сопоставлять цель своей деятельности с целью проекта.</p> <p>У4. определять ограничения и допущения своей деятельности в рамках проекта.</p> <p>У5. определять состав операций в рамках своей зоны ответственности.</p> <p>У6. работать в виртуальных проектных средах.</p> <p>У7. использовать шаблоны операций.</p> <p>У8. определять стоимость проектных операций в рамках своей деятельности;</p> <p>У9. определять длительность операций на основании статистических данных;</p> <p>У10. определять изменения стоимости</p>	<p>31. правила постановки целей и задач проекта;</p> <p>32. основы планирования;</p> <p>33. активы организационного процесса;</p> <p>34. шаблоны, формы, стандарты содержания проекта;</p> <p>35. теорию и модели жизненного цикла проекта;</p> <p>36. классификацию проектов;</p> <p>37. этапы проекта; дерево проектных операций.</p> <p>38. процедуры верификации и приемки результатов проекта;</p> <p>39. список контрольных событий проекта;</p> <p>310. расписание проекта;</p> <p>311. Текущую стоимость ресурсов, необходимых для выполнения своей деятельности.</p> <p>312. стандарты качества проектных операций;</p> <p>313. критерии приемки</p>

		<p>операций;</p> <p>У11. работать в виртуальных проектных средах.</p> <p>У12. осуществлять подготовку отчета об исполнении операции;</p> <p>У13. определять факторы, оказывающие влияние на качество результата проектных операций;</p> <p>У14. документировать результаты оценки качества;</p> <p>У15. выполнять корректирующие действия по качеству проектных операций.</p> <p>У16. определять ресурсные потребности проектных операций;</p> <p>У17. определять комплектность поставок ресурсов;</p> <p>У18. производить отбор и адаптацию персонала;</p> <p>У19. работать в команде.</p> <p>У20. определять и анализировать риски проектных операций;</p> <p>У21. использовать методы сбора информации о рисках проектных операций;</p> <p>У22. составлять список потенциальных действий по реагированию на риски проектных операций;</p> <p>У23. применять методы снижения рисков применительно к проектным операциям.</p>	<p>проектных операций;</p> <p>314. стандарты документирования оценки качества;</p> <p>315. список процедур контроля качества;</p> <p>316. перечень корректирующих действий по контролю качества проектных операций.</p> <p>317. спецификации, технические требования к ресурсам;</p> <p>318. объемно-календарные сроки поставки ресурсов;</p> <p>319. методы определения ресурсных потребностей проекта;</p> <p>320. виды стратегий управления человеческими ресурсами проекта;</p> <p>321. схемы поощрения и взыскания;</p> <p>322. методы сбора информации, необходимой для управления персоналом;</p> <p>323. внешние факторы своей деятельности.</p> <p>324. классификацию проектных рисков;</p> <p>325. методы отображения рисков с помощью диаграмм;</p> <p>326. методы сбора информации о рисках проекта;</p> <p>327. методы снижения рисков.</p>
ПК 1.1 – ПК 1.5	<p>ПО6. Обработка статического информационного контента;</p> <p>ПО7. Обработка динамического информационного</p>	<p>У24. осуществлять процесс допечатной подготовки информационного контента;</p> <p>У25. инсталлировать и работать со</p>	<p>328. основы информационных технологий;</p> <p>329. технологии работы со статическим информационным контентом;</p>

	<p>контента;        ПО8. Монтаж динамического информационного контента;        ПО9. Осуществления контроля работы компьютерных, периферийных устройств и телекоммуникационных систем, обеспечение их правильной эксплуатации;        ПО10. Подготовка оборудования к работе.</p>	<p>специализированным прикладным программным обеспечением;        У26. работать в графическом редакторе;        У27. обрабатывать растровые и векторные изображения;        У28. работать с пакетами прикладных программ верстки текстов;        У29. осуществлять подготовку оригинал-макетов;        У30. работать с пакетами прикладных программ обработки отраслевой информации;        У31. работать с программами подготовки презентаций;        У32. инсталлировать и работать с прикладным программным обеспечением обработки динамического информационного контента;        У33. работать с прикладным программным обеспечением обработки экономической информации;        У34. конвертировать аналоговые форматы динамического информационного содержания в цифровые;        У35. записывать динамическое информационное содержание в заданном формате;        У36. инсталлировать и работать со специализированным прикладным программным обеспечением монтажа динамического</p>	<p>330. стандарты форматов представления статического информационного контента;        331. стандарты форматов представления графических данных;        332. компьютерную терминологию;        333. стандарты для оформления технической документации;        334. последовательность и правила допечатной подготовки;        335. правила подготовки и оформления презентаций;        336. программное обеспечение обработки информационного контента;        337. основы эргономики;        338. математические методы обработки информации;        339. информационные технологии работы с динамическим контентом;        340. стандарты форматов представления динамических данных;        341. терминологию в области динамического информационного контента;        342. программное обеспечение обработки информационного контента;        343. принципы линейного и нелинейного монтажа динамического контента;        344. правила построения динамического информационного контента;</p>
--	--	---	--

		<p>информационного контента;  У37. осуществлять выбор средств монтажа динамического контента;  У38. осуществлять событийно-ориентированный монтаж динамического контента;  У39. работать со специализированным оборудованием обработки статического и динамического информационного контента;  У40. выбирать оборудования для решения поставленной задачи;  У41. устанавливать и конфигурировать прикладное программное обеспечение;  У42. диагностировать неисправности оборудования с помощью технических и программных средств;  У43. осуществлять мониторинг рабочих параметров оборудования;  У44. устранять мелкие неисправности в работе оборудования;  У45. осуществлять техническое обслуживание оборудования на уровне пользователя;  У46. осуществлять подготовку отчета об ошибках;  У47. коммутировать аппаратные комплексы отраслевой направленности;  У48. осуществлять пусконаладочные работы отраслевого</p>	<p>345. программное обеспечение обработки информационного контента;  346. правила подготовки динамического информационного контента к монтажу;  347. технические средства сбора, обработки, хранения и демонстрации статического и динамического контента;  348. принципы работы специализированного оборудования;  349. режимы работы компьютерных и периферийных устройств;  350. принципы построения компьютерного и периферийного оборудования;  351. правила технического обслуживания оборудования;  325. регламент технического обслуживания оборудования;  353. виды и типы тестовых проверок;  354. диапазоны допустимых эксплуатационных характеристик оборудования;  355. принципы коммутации аппаратных комплексов отраслевой направленности;  356. эксплуатационные характеристики оборудования отраслевой направленности;  357. принципы работы</p>
--	--	---	---

		<p>оборудования;  У49. осуществлять испытание отраслевого оборудования;  У50. устанавливать и конфигурировать системное программное обеспечение.</p>	<p>системного программного обеспечения.</p>
<p>ПК 2.1 – ПК 2.6</p>	<p>ПО11. Сбора и анализа информации для определения потребностей клиента;  ПО12. Разработки и публикации программного обеспечения отраслевой направленности со статическим и динамическим контентом на основе готовых спецификаций и стандартов;  ПО13. Отладки и тестирования программного обеспечения отраслевой направленности;  ПО14. Адаптации программного обеспечения отраслевой направленности;  ПО15. Разработки и ведения проектной и технической документации;  ПО16. Измерения и контроля характеристик программного продукта.</p>	<p>У51. проводить анкетирование и интервьюирование;  У52. строить структурно-функциональные схемы;  У53. анализировать бизнес-информацию с использованием различных методик;  У54. формулировать потребности клиента в виде четких логических конструкций;  У55 участвовать в разработке технического задания;  У56 - идентифицировать, анализировать и структурировать объекты информационного контента;  У57. разрабатывать информационный контент с помощью языков разметки;  У58. разрабатывать программное обеспечение с помощью языков программирования информационного контента;  У59. разрабатывать сценарии;  У60. размещать информационный контент в глобальных и локальных сетях;  У61. использовать инструментальные среды поддержки разработки, системы управления контентом;  У62. создавать анимации</p>	<p>358. отраслевую специализированную терминологию;  359. технологии сбора информации;  360. методики анализа бизнес-процессов;  361. нотации представления структурно-функциональных схем;  362. стандарты оформления результатов анализа;  363. специализированное программное обеспечение проектирования и разработки информационного контента;  364. технологические стандарты проектирования и разработки информационного контента;  365. принципы построения информационных ресурсов;  366. основы программирования информационного контента на языках высокого уровня;  367. стандарты и рекомендации на пользовательские интерфейсы;  368. компьютерные технологии представления и управления данными;</p>

		<p>в специализированных программных средах;  У63. работать с мультимедийными инструментальными средствами;  У64. осуществлять выбор метода отладки программного обеспечения;  У65. формировать отчеты об ошибках;  У66. составлять наборы тестовых заданий;  У67. адаптировать и конфигурировать программное обеспечение для решения поставленных задач;  У68. осуществлять адаптивное сопровождение программного продукта или информационного ресурса;  У69. использовать системы управления контентом для решения поставленных задач;  У70. программировать на встроенных алгоритмических языках;  У71. составлять техническое задание;  У72. составлять техническую документацию;  У73. тестировать техническую документацию;  У74. выбирать характеристики качества оценки программного продукта;  У75. применять стандарты и нормативную документацию по измерению и контролю качества;  У76. оформлять отчет проверки качества.</p>	<p>369. основы сетевых технологий;  370. языки сценариев;  371. основы информационной безопасности;  372. задачи тестирования и отладки программного обеспечения;  373. методы отладки программного обеспечения;  374. методы тестирования программного обеспечения;  375. алгоритмизацию и программирование на встроенных алгоритмических языках;  376. архитектуру программного обеспечения отраслевой направленности;  377. принципы создания информационных ресурсов с помощью систем управления контентом;  378. архитектуру и принципы работы систем управления контентом;  379. основы документооборота;  380. стандарты составления и оформления технической документации;  381. характеристики качества программного продукта;  382. методы и средства проведения измерений;  383. основы метрологии и стандартизации.</p>
--	--	---	---

ПК 3.1 – ПК 3. 4	<p>ПО17. Выявления и разрешения проблем совместимости профессионально-ориентированного программного обеспечения;</p> <p>ПО18. Работы с системами управления взаимоотношений с клиентом;</p> <p>ПО19. Продвижения и презентации программной продукции;</p> <p>ПО20. Обслуживания, тестовых проверок, настройки программного обеспечения.</p>	<p>У77. определять приложения, вызывающие проблемы совместимости;</p> <p>У78. определять совместимость программного обеспечения;</p> <p>У79. выбирать методы для выявления и устранения проблем совместимости;</p> <p>У80. управлять версионностью программного обеспечения;</p> <p>У81. проводить интервьюирование и анкетирование;</p> <p>У82. определять удовлетворенность клиентов качеством услуг;</p> <p>У83. работать в системах CRM;</p> <p>У8. осуществлять подготовку презентации программного продукта;</p> <p>У84. проводить презентацию программного продукта;</p> <p>У85. осуществлять продвижение информационного ресурса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть Интернет);</p> <p>У86. выбирать технологии продвижения информационного ресурса в зависимости от поставленной задачи;</p> <p>У87. устанавливать программное обеспечение отраслевой направленности;</p> <p>У88. осуществлять мониторинг текущих характеристик программного</p>	<p>384. особенности функционирования и ограничения программного обеспечения отраслевой направленности;</p> <p>385. причины возникновения проблем совместимости программного обеспечения;</p> <p>386. инструменты разрешения проблем совместимости программного обеспечения;</p> <p>387. методы устранения проблем совместимости программного обеспечения;</p> <p>388. основные положения систем CRM;</p> <p>389. ключевые показатели управления обслуживанием;</p> <p>390. принципы построения систем мотивации сотрудников;</p> <p>391. бизнес-процессы управления обслуживанием;</p> <p>39. основы менеджмента;</p> <p>392. основы маркетинга;</p> <p>393. принципы визуального представления информации;</p> <p>394. технологии продвижения информационных ресурсов;</p> <p>395. жизненный цикл программного обеспечения;</p> <p>396. назначение, характеристики и возможности программного обеспечения отраслевой направленности;</p> <p>397. критерии</p>
------------------------	---	--	--

		<p>обеспечения;  У89. проводить обновление версий программных продуктов;  У90. вырабатывать рекомендации по эффективному использованию программных продуктов;  У91. консультировать пользователей в пределах своей компетенции.</p>	<p>эффективности использования программных продуктов;  398. виды обслуживания программных продуктов.</p>
--	--	---	--

Показатели оценки форсированности ОК

Общие компетенции	Показатели оценки результатов
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<p>формулировка области и объектов профессиональной деятельности специалиста по прикладной информатике по обеспечению проектных операций в соответствии с ФГОС по специальности 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям);  участие в профессиональных конкурсах, конференциях, проектах, выставках, фестивалях, олимпиадах</p>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<p>четкое выполнение должностных обязанностей в рамках конкретного проекта;  адекватная оценка эффективности и качества выбранных методов решения профессиональных задач</p>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<p>правильность принятия решения в смоделированной стандартной ситуации по обеспечению проектных операций с оценкой возможных рисков при их реализации;  обоснованность решений в ситуациях, не соответствующих типовым условиям проектной деятельности</p>
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<p>определение объема недостающей информации, необходимой для технико-экономического обоснования проекта;  систематизация информации о факторах внешней среды предприятия;  отбор на основе анализа и оценки информация об участниках проекта задач профессионального и личностного развития</p>
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<p>представление информации об оценке стоимости проекта в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения, в том числе с помощью презентаций;  для обеспечения проектных операций использование современных информационно-коммуникационных технологий</p>

<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>организация коллективного обсуждения содержания, объемов и сроков проекта; формулировка решения по формированию матрицы ответственности для группового обсуждения; стимулирование участников проекта в процессе группового обсуждения вероятности возникновения рисков; эффективность взаимодействия с коллегами, клиентами при обеспечении проектной деятельности</p>
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>постановка и мониторинг выполнения задачи по составлению списка контрольных событий проекта; осуществление контроля по проверке качества проектных операций; корректный выбор методов контроля за качеством проведения проектных операций</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>мониторинг новаций по обеспечению качества проекта; отслеживание изменений в стандартах качества проектных операций; составление программы повышения квалификации по методам сбора информации о рисках проекта и составлению сметы проекта</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>определение необходимости смены технологий проектной деятельности при изменении отраслевых требований к ресурсным потребностям проекта; представление о периодичности изменения технических требований к ресурсам проекта совершенствование процедур оценки результатов проектных операций и их длительности, а также стоимостной оценки проекта</p>

## 2. Паспорт фонда оценочных средств

п/п	Темы дисциплины, МДК, разделы (этапы) практики, в ходе текущего контроля, вид промежуточной аттестации с указанием семестра	Код контролируемой компетенции (или её части), знаний, умений	Наименование оценочного средства (с указанием количество вариантов, заданий и т.п.)
1	Раздел 1. Введение в специальность	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Тест (45 вопросов) Решение профессиональных задач
2	Раздел 2. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Тест (20 вопрос) Контрольные вопросы (10 вопросов)
3	Раздел 3. Эффективные It-рекламные и PR-технологии	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Тест (25 вопросов), Решение профессиональных задач (4 задачи)
4	Раздел 4. Автоматизация процессов в социальных сетях при продвижении программного продукта	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Сообщение (20 тем) Решение профессиональных задач
5	Промежуточная аттестация	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Кейс-задач (5 варианта)

## Типовые задания для оценки дисциплины

Раздел 1. Введение в специальность	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Тест (45 вопросов) Решение профессиональных задач
------------------------------------	---	--

### Тест основные принципы программирования в Visual Basic

1. Каждый объект в Visual Basic имеет: ...
  - A) Свойства.
  - B) Методы.
  - C) События.
  - D) Верно все перечисленное.
2. Основой языка Visual Basic являются ...
  - A) Методы.
  - B) Операции.
  - C) Объекты.
  - D) Верно все перечисленное.
3. Показатели, характеризующие объект – это ...
  - A) Свойства.
  - B) События.
  - C) Характеристика.
  - D) Описания.
4. При запуске программы Visual Basic, какой проект можно открыть?
  - A) Только создать новый.
  - B) Открыть существующий.
  - C) Открыть объект, который ранее открывали на данном компьютере.
  - D) Верно все перечисленное.
5. Добавить новый объект можно с помощью меню ...
  - A) Свойства.
  - B) Проект.
  - C) Новый объект.
  - D) Добавить форму.
6. Отображает свойства текущего объекта (формы или элементов управления: кнопок, списков, переключателей)...
  - A) Окно свойств.
  - B) Окно команд.
  - C) Меню проекта.
  - D) Окно заголовка.
7. Если необходимо сохранить проект в другом файле, то используют команду...
  - A) Сохранить.
  - B) Сохранить как.
  - C) Сохранить форму.
  - D) Сохранить проект.
8. Что означает Remove Project?
  - A) Удаление проекта из группы проектов
  - B) Управление запуском приложения
  - C) Соединение двух проектов
  - D) Создание группы проектов
9. Какой из компонентов меню содержит команды, предназначенные для редактирования?
  - A) Edit
  - B) File
  - C) Run

- D) Debug
10. Для чего используются команды меню Run?
- A) Управления запуском приложения
  - B) Удаление проекта из группы проектов
  - C) Соединение двух проектов
  - D) Создание группы проектов
11. Что означает команда Toolbox?
- A) Панель инструментов
  - B) запуск формы
  - C) отладка приложения
  - D) проводник проекта
12. Что такое объект?
- A) совокупность методов и свойств.
  - B) Действие, которое может быть выполнено
  - C) Изменение состояния в ответ на какое-нибудь действие
  - D) Совокупность, характеризующаяся общностью методов или свойств
13. Что такое метод?
- A) совокупность методов и свойств.
  - B) Действие, которое может быть выполнено
  - C) Изменение состояния в ответ на какое-нибудь действие
  - D) Совокупность, характеризующаяся общностью методов или свойств
14. Что такое событие?
- A) совокупность методов и свойств.
  - B) Действие, которое может быть выполнено
  - C) Изменение состояния в ответ на какое-нибудь действие
  - D) Совокупность, характеризующаяся общностью методов или свойств
15. Что такое класс?
- A) совокупность методов и свойств.
  - B) Действие, которое может быть выполнено
  - C) Изменение состояния в ответ на какое-нибудь действие
  - D) Совокупность, характеризующаяся общностью методов или свойств
16. Какой спецификации командной кнопки не существует?
- A) фигурная кнопка с надписью
  - B) обычная кнопка с надписью
  - C) квадратная кнопка с внешней надписью, иногда с надписью
  - D) круглая кнопка с внешней надписью
17. Для чего служит окно "Properties"?
- A) Для отображения свойств выбранного объекта
  - B) Для изменения свойств выбранного объекта
  - C) Для отображения списка файлов в проекте
  - D) Для отображения списка форм в проекте
  - E) Для показа макета проекта
18. Как сохранить новый проект?
- A) Меню "File" - " Save Forml As"
  - B) Меню "File" - " Save Project As"
  - C) Кнопка "Save Project" на панели инструментов
  - D) Меню "Project" - "Save Project As"
19. Как отобразить окно свойств, если оно не видно в рабочей среде?
- A) Меню "View" - "Toolbox"
  - B) Меню "View" - "Properties Window"
  - C) Меню "View" - "Form Layout Window"
  - D) Меню "View" - "Project Explorer"

20. Какие файлы записываются на диск при сохранении проекта?
- A) Файл проекта
  - B) Файл процедур
  - C) Файл программного кода
  - D) Файл формы
21. Что из перечисленного не является объектом?
- A) Форма
  - B) Кнопка
  - C) Процедура
  - D) Любой элемент из окна инструментов
22. Как сохранить форму в проекте?
- A) Меню "File" - "Save Project As"
  - B) Меню "File" - "Save Forml As"
  - C) Кнопка "Save Project" на панели инструментов
  - D) Меню "Project" - "Save Forml As"
  - E) Меню "Project" - "Save Project 1 As"
23. Какое расширение получает файл проекта при сохранении его на диске?
- A) frm
  - B) bas
  - C) vbp
  - D) com
  - E) exe
24. Как создать новый проект?
- A) При запуске VB в окне New Project выбрать "Standard EXE"
  - B) Меню "View" - "Project Window" - "New"
  - C) Меню "Project" - "Add Project"
  - D) Меню "File" "New Project" - выбрать "Standard EXE"
25. Какой элемент можно использовать для отображения на форме растровых графических изображений?
- A) Label
  - B) TextBox
  - C) CommandButton
  - D) Image
26. Что такое проект в Visual Basic?
- A) Набор файлов различных форматов
  - B) Программа на языке Visual Basic
  - C) Набор окон рабочей среды
  - D) Алгоритм выполнения программы
27. Что отображается в окне проекта?
- A) Структура проекта
  - B) Список файлов, входящих в проект
  - C) Перечень свойств проекта
  - D) Модель размещения объектов в проекте
  - E) Список инструментов, которые можно использовать в проекте
28. Какое расширение получает файл формы при сохранении его на диске?
- A) .vbp
  - B) .bas
  - C) .frm
  - D) .exe
  - E) .com
29. Сколько форм может содержать проект?
- A) Одну

- В) Три
  - С) Сколько угодно
  - Д) Зависит от ресурсов компьютера
  - Е) Десять
30. Что из перечисленного может являться событием объекта?
- А) Изменение программного кода
  - В) Открытие и закрытие формы
  - С) Щелчок по кнопке
  - Д) Изменение шрифта
  - Е) Изменение размера объекта
31. Для чего предназначено окно "Toolbox"?
- А) Для отображения свойств выбранного объекта
  - В) Для выбора объектов и размещения их на форме
  - С) Для изменения свойств выбранного объекта
  - Д) Для показа макета проекта
  - Е) Для отображения списка файлов в проекте
32. Назначение элемента Label
- А) Используется для вывода различных подписей
  - В) Поле, заполняемое текстовой информацией.
  - С) активизирует какую-то операцию (вызывает выполнение команды)
  - Д) определяет область экрана для ввода или вывода текстовой информации
33. Какой объект лучше использовать, чтобы сделать пояснение к рисунку:
- А) Label
  - В) TextBox
  - С) CommandButton
  - Д) Image
  - Е) Picture
34. Для активизации какой-либо операции (выполнения команды) лучше использовать:
- А) Label
  - В) TextBox
  - С) CommandButton
  - Д) Image
  - Е) Picture
35. Какое свойство необходимо изменить для изменения заголовка окна?
- А) BorderStyle
  - В) Caption
  - С) Enabled
  - Д) FontName
  - Е) Name
36. Какое свойство используется для изменения типа границ?
- А) BorderStyle
  - В) Caption
  - С) Enabled
  - Д) FontName
  - Е) Name
37. Какое свойство нужно использовать для изменения имени формы?
- А) BorderStyle
  - В) Caption
  - С) Enabled
  - Д) FontName
  - Е) Name
38. Какое расширение имеет файл стандартных модулей?

- A) .vbp
- B) .bas
- C) .frm
- D) .exe
- E) .com

39. Какое расширение получает файл проекта после компиляции с целью получения исполняемого файла программы?

- A) .vbp
- B) .bas
- C) .frm
- D) .exe
- E) .com

40. В каких единицах измеряется размер шрифта?

- A) пункт
- B) сантиметр
- C) дюйм
- D) твип
- E) миллиметр

41. В каких единицах измеряется высота и ширина формы?

- A) пункт
- B) сантиметр
- C) дюйм
- D) твип
- E) миллиметр

42. Укажите лишнее:

- A) Byte
- B) Short
- C) Integer
- D) Long
- E) Single

43. Укажите неверное описание переменной:

- A) имя переменной может меняться в процессе выполнения программы.
- B) должно начинаться с буквенного символа или с подчеркивания
- C) может содержать буквенные символы, десятичные цифры и подчеркивания
- D) должно содержать хотя бы один буквенный или цифровой символ, если оно начинается с подчёркивания
- E) не должно содержать более чем 1023 знака.

44. Исключите лишнее:

- A) Rectangle
- B) Square
- C) Circle
- D) Oval
- E) Shape

45. Укажите неверное описание переменной

- A) Dim MyStream As String
- B) Dim R14 As Long
- C) Dim Flag2 As Boolean
- D) Dim Namber As Integer
- E) Dim 199Little As String

## Решение профессиональной задачи

### Задача 1.

Руководством компании N было принято решение о выпуске корпоративного фильма.

Корпоративный фильм должен повышать имидж компании. Имидж компании — один из самых серьезных моментов в бизнесе. Под имиджем следует понимать формирование и поддержание устойчивого положительного впечатления, каким его видят общественность, клиенты, партнеры, сотрудники компании. Видеофильм должен стать лицом, представляющим компанию, составляя у потенциального клиента впечатление о ней.

Корпоративный видеофильм должен быть направлен не только на внешнюю среду, но и на коллектив своих сотрудников, с целью формирования благоприятных корпоративных отношений, неформальной атмосферы, способствующих дружной работе.

Вы — профессиональный менеджер проекта — приглашены возглавить этот проект.

На реализацию этого проекта Вам будет предоставлено 2 месяца. Пожелание руководства компании — реализовать проект в кратчайшие сроки.

Первое, что Вам нужно сделать, это составить подробный оптимальный план проекта и представить Руководству общую стоимость проекта.

Одним из условий съемки фильма является согласование видео на различных этапах его производства с отделом секретности, поскольку производственный процесс носит секретный характер.

По предварительно разработанному плану, предполагается осуществлять съемку, как на территории предприятия, так и на природе — во время проведения праздничных корпоративных мероприятий.

По окончании производства фильма решено провести его презентацию с приглашением высшего руководства компании.

Для достижения целей проекта необходима реализация 10 задач:

1. Написание сценария. Первый этап работ — длительность — 7 рабочих дней.
2. Съемка интервью с одним из руководителей предприятия. Этот этап может быть начат только после окончания первого этапа. Его продолжительность — 4 дня.
3. Подбор актеров. Этот этап может начаться только после написания сценария. Продолжительность этапа 12 дней.
4. Согласование с отделом секретности — выполняется после написания сценария. Продолжительность этапа — 5 дней.
5. Съемка корпоративного праздника на природе. В любой момент после подбора актеров можно приступить к съемкам праздника. На это потребуется 3 дня.
6. Съемка в цехах. После завершения проверки отделом секретности можно приступить к съемкам
  1. в производственных цехах предприятия. Это займет 7 дней.
7. Монтаж отснятого материала. После проведения съемки интервью и корпоративного праздника, а также после съемки в цехах можно приступить к монтажу полученного видеоматериала в единый фильм. Монтаж предполагается осуществить в течение 5 дней.
8. Озвучение отснятого материала. Может быть осуществлено сразу же после завершения монтажа. Продолжительность этапа — 4 дня.
9. Проверка отделом секретности. Отдел секретности осуществляет контроль готового фильма непосредственно после монтажа. На это потребуется 3 дня.
2. 10. Презентация фильма руководству компании N. Это мероприятие является завершающим, к его началу все остальные работы должны быть завершены. Презентация будет проходить в течение одного дня.

### Ресурсный план:

Для реализации проекта Вам необходимы исполнители работ следующих квалификаций:

- Сценарист
- Режиссер
- Оператор

Из числа работников предприятия Вам предоставляется по одному человеку каждой квалификации.

При необходимости имеется возможность привлечения дополнительных работников любой квалификации со стороны. Количество привлеченных сотрудников ничем не ограничивается, кроме условия не превышения бюджета проекта, учитывая сумму оплаты их труда.

Исполнители проекта должны работать 8 часов в день, 5 дней в неделю и никогда не работать по выходным. Очевидно, что ни один из этапов не может быть начат без наличия достаточного для его реализации количества работников.

Любой исполнитель в один момент времени может быть занят только на одной работе.

Специфика работ проекта такова, что каждая работа требует участия одного режиссера и одного оператора на протяжении всей работы. Исключения составляют:

- Написание сценария. Ее выполняет один сценарист.
- Презентация фильма перед высшим руководством. В этом мероприятии участвуют все задействованные в проекте исполнители.

#### **Финансовые вопросы:**

Предприятие придерживается жесткой политики в области финансирования. Все затраты осуществляются согласно утвержденного в начале года бюджета и не могут быть превышены.

Предприятие выделяет на проект бюджет в размере 200000 (двести тысяч) рублей. Никакие экстренные затраты не должны изменить бюджет проекта — все должно быть предусмотрено. В эту сумму входят абсолютно все расходы по проекту, а также Ваше собственное вознаграждение за реализацию проекта. Чем экономнее Вы спланируете бюджет — тем больше денег заработаете для себя.

Ставки оплаты труда собственных работников предприятия в качестве исполнителей по проекту:

Сценарист — оплачивается в размере 1200 руб. в день.

Режиссер — оплачивается в размере 1500 руб. в день.

Оператор — оплачивается в размере 1200 руб. в день.

Ставки оплаты труда внешних сотрудников:

Привлеченный режиссер — оплачивается в размере 2700 руб. в день.

Привлеченный оператор — оплачивается в размере 1600 руб. в день.

#### **Задание:**

1. Вам необходимо создать календарный план реализации проекта «Съемка корпоративного видеофильма»
2. При его создании исходите из двух критериев оптимальности — время и стоимость. Добейтесь минимально возможных значений этих параметров с учетом имеющихся ресурсных ограничений.
3. Рассчитайте стоимость проекта с учетом людских ресурсов. Сформулируйте Ваше коммерческое предложение, указав в нем:
  - Сроки выполнения проекта
  - Стоимость проекта
  - Риски проекта
4. Создайте видеоролик в любом сервисе по созданию видеоконтента.
5. Подготовьте презентацию проекта (PowerPoint, Cheri Point и др)

Раздел 2. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Тест (20 вопрос) Контрольные вопросы (10 вопросов)
---	---	---

#### **Тест**

1. Какими показателями НЕ стоит измерять деятельность SMM-менеджера? Укажите все варианты
  - а) количество друзей

- b) количество лайков постов
  - c) положительное изменение информационного поля компании
  - d) количество комментариев под постами
  - e) количество перепостов
  - f) всеми показателями надо измерять его работу, они все качественно измеряют его работу
2. Какой документ обязательно должен присутствовать при начале работы с социальными медиа и который регламентирует порядок коммуникаций в социальных медиа?
- a) Стратегия продвижения в социальных сетях
  - b) Правила поведения в социальных сетях
  - c) Контент-план
  - d) Описание целевой аудитории
3. Сколько "друзей" (подписчиков) должно быть у страницы?
- a) как получится
  - b) чем больше, тем лучше
  - c) зависит от деятельности компании и емкости рынка
  - d) неважно, сколько друзей, главное - их качество
4. Какие цели преследует SMO?
- a. увеличить трафик на сайт из поисковых систем
  - b. привлечь лояльную аудиторию
  - c. увеличить трафик на сайт с медийных социальных площадок
  - b) увеличить продажи
5. В каких социальных сетях должна присутствовать компания? Выберите наиболее верный ответ
- a) Во всех, которые есть в регионе
  - b) Только в тех социальных сетях, где присутствует целевая аудитория компании
  - c) В Facebook и Instagram - это самые популярные сети
  - d) Желательно присутствовать во всех социальных сетях. При ограниченности ресурсов можно концентрировать усилия на 2-3 основных, где присутствует целевая аудитория
  - e) Надо обязательно присутствовать и вести активность абсолютно во всех социальных сетях, как российских, так и международных.
6. Какие элементы ОБЯЗАТЕЛЬНЫ для поста?
- a) изображение
  - b) ссылка
  - c) описательный текст
  - d) цепляющие текст-крючок
7. Из каких блоков состоит стратегия продвижения в социальных медиа? Укажите только правильные варианты (все).
- a) Аналитический блок
  - b) Маркетинговый блок
  - c) Блок анализа конкурентов
  - d) Блок с ключевыми словами для продвижения
  - e) Креативный блок
  - f) Медиапланирование
8. Как расшифровывается аббревиатура SMM?
- a) Social Media Managment
  - b) Social Marketing and Managment
  - c) Social Media Marketolog
  - d) Social Media Marketing
  - e) все варианты верны
9. Укажите, что ОТНОСИТСЯ к социальным медиа

- a) Сайты СМИ
  - b) Сайты СМИ с возможностью оставить комментарий
  - c) Социальные сети
  - d) Корпоративные сайты компаний
  - e) Форумы
  - f) Тематические площадки
  - g) Блоги
  - h) Поисковые системы
  - i) Рекомендательные сервисы
10. Ради чего (в основном) люди приходят в социальные медиа?
- a) себя показать, на других посмотреть
  - b) за информацией
  - c) за новостями
  - d) за интересными собеседниками
  - e) все вместе
11. Отметьте мероприятия, проводимые в рамках социальной сети, приводящие к росту интереса к странице (компании, бренду)
- a) конкурсы
  - b) вебинары на сторонних площадках
  - c) мероприятия
  - d) опросы
  - e) рассылки
12. Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к:
- a) увеличению продаж
  - b) росту трафика на сайт
  - c) лояльности потребителей
  - d) изменению информационного поля компании (бренда)
13. Если вы создали страницу компании в социальной сети Facebook, какова вероятность ее органического продвижения по всему миру?
- a) вероятность велика, т.к. Facebook - мировая сеть
  - b) вероятность продвижения велика только в той части FB, которая говорит на русском языке
  - c) вероятность мала
14. Какой из вариантов лучше всего описывает интересы и ценности аудитории Одноклассников
- a) политика, экономика, знакомства, рукоделие
  - b) поддержание связи с одноклассниками, самообразование, бесплатный контент
  - c) семья, дом, дети, поддержание связи с одноклассниками
  - d) юмор, обмен фотографиями, экономика
15. Что необходимо сформулировать на первом этапе работы с социальными медиа?
- a) По каким социальным сетям надо продвигаться
  - b) Кто будет являться потребителем социального контента компании
  - c) Цель присутствия в социальных медиа
  - d) Правила поведения в социальных сетях
16. Что такое социальные медиа?
- a) это средства массовой информации, которые предоставляют информацию об обществе
  - b) это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент
  - c) это площадки для размещения пользовательского контента, блоги

17. Какой из вариантов лучше всего описывает интересы и ценности аудитории ВКонтакте
- знакомства, бесплатный контент, музыка, видео, дешевые покупки
  - бесплатный контент(музыка, видео), политика, самообразование
  - студенческая жизнь, знакомства, любовь
  - дешевые покупки, семья, любовь, саморазвитие
18. Что относится к элементам оформления страниц?
1. Аватарка
  2. Обложка
  3. Описание целевой аудитории
  4. Приветственное слово
  5. Название страницы
- 2,3,4
  - 1,2,5
  - 1,2,4,5
19. Укажите правильный синтаксис хештега
- #яхештег
  - @яхештег
  - \$яхештег
  - #яхештег
20. Какой из вариантов лучше всего описывает интересы и ценности аудитории Facebook?
- работа, экспертиза, знакомства, политика
  - профессиональная деятельность, экономика, политика, самообразование
  - экономика, политика, бесплатный контент, юмор
  - профессиональная деятельность, экспертиза, сад, семья

#### Контрольные вопросы:

- Медиапланирование
- Проблемы конверсии.
- Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта – таргетинг, коммуникейшн-микс, веб-аналитика, тайминг.
- Основные термины и показатели эффективности Internet-рекламы.
- Методы сбора информации для анализа.
- Критерии эффективности Internet-рекламы.
- Методы анализа эффективности Internet-рекламы.
- Веб-аналитика. Анализ ключевых показателей результативности (KIP) с помощью системы Google Analytics.
- Эффективность e-mail –маркетинга.
- Расчет показателей конверсии трафика.

Раздел 3. Эффективные It-рекламные и PR-технологии	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Тест (25 вопросов), Решение профессиональных задач (4 задачи)
--	---	--

#### Тест

- Определение маркетинговой проблемы является:
  - медиацелью;
  - решением по выбору СМИ;
  - одной из составляющих концепции будущего медиоплана;
  - задачей, не связанной с метапланированием;
  - частью PR-стратегии.

2. Задачи медиапланирования вытекают из целей:
  - a) маркетинга;
  - b) рекламы;
  - c) логистики;
  - d) медиапланирования;
  - e) создания медиаплана.
3. Этапом подготовки рекламной кампании является:
  - a) изучение интегрированных маркетинговых коммуникаций;
  - b) создание и вывод на рынок нового товара;
  - c) составление медиаплана;
  - d) выделение рекламного бюджета;
  - e) разработка слогана.
4. Для увеличения охвата целевой аудитории целесообразно применять:
  - a) медиа-микс;
  - b) Стратегию «Одного СМИ»;
  - c) BTL;
  - d) MAX-media.
  - e) 5. Mix communication (стратегия ИМК);
5. Паттерн цикла покупки, паттерн известности, сезонный паттерн применяют для:
  - a) НЕ устойчивых товаров;
  - b) устойчивых товаров;
  - c) сезонных скидок;
  - d) повышения имиджа;
  - e) развития логистики;
6. Охват – это:
  - a) Reach;
  - b) GRP;
  - c) Share;
  - d) Frequency;
  - e) GPS.
7. Распределение активных периодов рекламной кампании это:
  - a) охват целевой аудитории за единицу времени;
  - b) расчет доли аудитории определенной программы;
  - c) Паттерн-охват;
  - d) Паттерн-захват;
  - e) единица измерения охвата аудитории.
8. Для товаров и услуг с длинным циклом покупки и требующих длительного времени принятия решения применяют:
  - a) Паттерн известности;
  - b) Паттерн цикла покупки;
  - c) Сезонный паттерн;
  - d) Паттерн неизвестности;
  - e) Ни один из перечисленных.
9. Что такое «просмотровая яма»?
  - a) время наибольшего охвата аудитории телеканала или радиостанцией;
  - b) вторая минута трехминутного рекламного ролика на ТВ;
  - c) первые тридцать секунд ролика;
  - d) часть помещения гаража;
  - e) неудачный медиаплан.
10. Реклама, PR, сэйлз промоушн, прямой маркетинг являются элементами:
  - a) интегрированных маркетинговых коммуникаций;
  - b) масс-медиа;

- с) производства продукции;
  - д) брендинга;
  - е) только западной экономической культуры
11. Определенное количество повторов, обеспечивающее накопление информации у целевой аудитории, это:
- а) Кумулятивный эффект рекламы в медиапланировании;
  - б) информирование целевой аудитории о выходе товаров;
  - с) содержание рекламного сообщения;
  - д) освоение рекламного бюджета;
  - е) максимальное количество повторов рекламного сообщения.
12. Чем можно объяснить применение метода медиа-микс в медиапланировании?
- а) относительной дешевизной;
  - б) усилением воздействия на целевую аудиторию за счет яркости сообщения;
  - с) увеличением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей;
  - д) уменьшением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей;
  - е) всеобщим трендом сегодняшнего дня.
13. Процесс выбора средств, места, времени, размера и частоты рекламы это:
- а) медиапланирование;
  - б) деятельность по сбору, обработки и передачи информации в СМИ;
  - с) вид деятельности, направленный на повышение эффективности рекламы в СМИ;
  - д) стратегическое мышление;
  - е) анализ популярности СМИ.
14. С какими дисциплинами взаимодействует медиапланирование?
- а) социологией;
  - б) маркетингом;
  - с) экономикой;
  - д) рекламой;
  - е) телережиссурой.
15. Воздействие на потребителя с помощью рекламы – это:
- а) цели и задачи медиапланирования;
  - б) «промывка мозгов»;
  - с) увеличение сбыта товара;
  - д) освоение рекламного бюджета;
  - е) цель составления медиаплана.
16. Время наибольшего охвата аудитории телеканала – это:
- а) время начала рекламной кампании;
  - б) прайм-тайм;
  - с) время прохождения рекламной кампании;
  - д) «Первое время»;
  - е) время завершения рекламной кампании.
17. Блиц-паттерн, паттерн известности, клин-паттерн используются для:
- а) выведения товаров на рынок;
  - б) увеличения сезонных продаж;
  - с) вывода товаров с рынка;
  - д) целей медиапланирования;
  - е) завершения рекламной кампании;
18. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании нового товара?
- а) Схема для обычного цикла приобретения;
  - б) Схема «обратный клин»;
  - с) Схема осведомленности;
  - д) Схема сезонного опережения;

- е) Схема неосведомленности.
19. Какие критерии необходимо учитывать при выборе рекламоносителей?
- а) охват потенциальных покупателей;
  - б) стоимость;
  - в) отношение потребителей к рекламе;
  - г) продвижение продаж;
  - д) правовые ограничения в рекламе;
  - е) отстройку от конкурентов;
20. Из-за высокой степени ротации аудитории размещение рекламы на ТВ:
- а) требует большего количества повторов;
  - б) требует больших средств;
  - в) не просматривается телезрителями;
  - г) не пользуется доверием телезрителей;
  - д) не окупается.
21. Частота контактов с рекламным сообщением 3+ считается эффективной по концепции:
- а) Г. Кругмена
  - б) Г. Лассуэлла;
  - в) Т. Адорно;
  - г) В. Парето.
  - д) У. Шрамма;
22. График размещения рекламы в медиаплане это:
- а) хронологический перечень передач станций вещания;
  - б) перечень рекламных материалов для конкретных СМИ;
  - в) перечень рекламных материалов, включенных в данное СМИ в течении определенного периода времени;
  - г) графическое изображение выхода рекламных материалов по времени.
  - д) срок длительности рекламной компании.
23. Частота это-
- а) интервал между рекламными объявлениями;
  - б) количество контактов аудитории с рекламой;
  - в) выходы рекламы в медиаплане;
  - г) физическая величина, характеристика периодического процесса;
  - д) количество СМИ в медиаплане.
24. Какая реклама будет являться последовательной?
- а) Реклама усиливающая свою интенсивность во время повышения сезонного спроса;
  - б) Реклама, выход которой сконцентрирован в течение короткого промежутка времени;
  - в) Размещение рекламы постоянно через равные промежутки времени;
  - г) Размещение рекламы нерегулярно, через НЕ равные промежутки времени;
  - д) Используемая личность рекламного сообщения.
25. Вид деятельности, который предполагает разработку медиаплана:
- а) Медиапланирование;
  - б) Брендинг;
  - в) Обоснование рекламной идеи;
  - г) Выбор творческой рекламной стратегии;
  - д) Разработку рекламной стратегии

#### **Решение профессиональных задач**

Используя внешние сервисы провести анализ участников и гостей страницы группы (сообщества) социальных сетей (VK, Instagram, , одноклассники, Facebook, Twitter и др.).

**Задача 1.** Провести анализ активных участников сообщества, индексы вовлечения и одобрения, количество реакций на контент, расчет максимального количества

пользователей онлайн, а также определить самый популярный контент группы, используя сервис Jagalam.com. Подготовить отчет (схемы, диаграммы, графики, рекомендации)

**Задача 2.** Используя сервисы Socialstats.ru провести анализ активных участников сообщества (группы), количество репостов, лайков и комментариев на контент. Подготовить отчет (схемы, диаграммы, графики, рекомендации).

**Задача 3.** С использованием сервиса Popsters.ru провести анализ контента, рассчитать ER и другие параметры результативности страницы и группы. Подготовить отчет (схемы, диаграммы, графики, рекомендации).

**Задача 4.** Провести поиск упоминания вашего бренда в сети Internet (электронные СМИ и социальные сети) с использованием сервисов IQbuzz. Проверить и отследить эффективность PR-компании и реакцию пользователей на информационный контент. Разработать план реагирования на негативные ситуации (риски). Подготовить отчет (схемы, диаграммы, графики, рекомендации).

Раздел 4. Автоматизация процессов в социальных сетях при продвижении программного продукта	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Сообщение (20 тем) Решение профессиональных задач
--	---	--

#### Тест

1. Что такое SMM?
  - А. Это эффективный способ привлечения аудитории на сайт посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообществ.
  - Б. Это таргетированная реклама в Facebook.
  - В. Это оптимизация сайта.
2. Можно ли добавлять несколько фотографий в один пост в Вконтакте?
  - А. Да, можно.
  - Б. Нет, нельзя.
  - В. Можно только 4 фотографии.
3. Существует ли stories в Вконтакте?
  - А. Да, существует.
  - Б. Нет, никогда не было.
4. В какой из социальных сетей есть возможность добавления видео в качестве обложки для группы/страницы
  - А. Вконтакте.
  - Б. Facebook.
  - В. Одноклассники.
  - Г. Instagram.
5. Что такое контент?
  - А. Контент – это все, что присутствует на сайте: текстовое содержание, изображения, аудио, видео и прочие файлы любых расширений.
  - Б. Контент - это все, что можно скачать на сайте (фото и видео).
  - В. Контент - это то, что можно заказать на сайте (товары и услуги).
6. С помощью каких инструментов следует рекламировать сообщество в социальных сетях?
  - А. Таргетированная реклама.
  - Б. Офферы.
  - В. Френдинг.
  - Г. Спам.
7. Какой вид контента может похвалиться наибольшим вовлечением на сегодняшний день?

- А. Текст.
  - Б. Видео.
  - В. Фото.
  - Г. Все.
8. Какое количество постов является оптимальным для сообщества бренда?
- А. 6 в неделю.
  - Б. 4 в неделю.
  - В. 15 в сутки.
  - Г. Индивидуально для каждого проекта.
9. В какой социальной сети наибольший процент активных авторов это мужчины?
- А. Instagram.
  - Б. LiveJournal.
  - В. Вконтакте.
  - Г. Одноклассники.
10. В какой социальной сети наибольший процент активных авторов это женщины?
- А. YouTube.
  - Б. Facebook.
  - В. ОК.ru.
  - Г. Linkedin.
11. На что влияет CTR в таргетированной рекламе?
- А. Стоимость клика.
  - Б. Ни на что.
  - В. Качество подписчика.
  - Г. Узнаваемость бренда.
12. Как правильно поступать с негативными отзывами о продукте/услуге в соц.медиа?
- А. Удалить комментарий.
  - Б. Разыскать автора комментария и наказать.
  - В. Забанить автора комментария.
  - Г. Вступить в диалог с автором комментария.
13. У какого из нижеперечисленных каналов коммуникации с аудиторией наибольший медиаохват в России?
- А. Facebook.
  - Б. Первый канал.
  - В. Вконтакте.
  - Г. Телеканал Пятница.
14. С каких устройств количество трафика в социальных сетях является преобладающим?
- А. Apple.
  - Б. PC.
  - В. Mobile.
  - Г. Smart TV.
15. Можно ли таргетировать рекламу по интересам пользователей?
- А. Да, можно. Специальные системы анализируют поведения пользователей в интернет и с определенной долей вероятности могут прогнозировать интересы пользователей.
  - Б. Нет, не возможно. У человека все время меняется интерес, кроме того за одним компьютером могут работать разные люди.
16. В какой социальной сети наибольший процент активных авторов — это женщины?
- А. Вконтакте.

- Б. Facebook.
  - В. Одноклассники.
  - Г. Instagram.
17. Какая из данных социальных сетей заблокирована на территории РФ.
- А. LinkedIn.
  - Б. MySpace.
  - В. Flickr.
  - Г. Facebook.
18. Какова максимально допустимая длина твита?
- А. 100 символов.
  - Б. 140 символов.
  - В. 150 символов.
  - Г. 200 символов.
19. Какова максимальная длина видео, размещенного в Instagram?
- А. 30 секунд.
  - Б. 60 секунд.
  - В. 2 минуты.
  - Г. 15 минут.
20. Какая из перечисленных соцсетей больше всего подходит для публикации визуального контента?
- А. Ask.fm.
  - Б. Change.org.
  - В. Soundcloud.
  - Г. Pinterest.

### **Решение профессиональных задач:**

**Задание:** Спроектируйте и разработайте Web-приложения для автоматизации процесса продаж программных продуктов ООО "Научно-производственная фирма по применению информационных технологий на предприятие":

- 1) Составьте техническое задание,
- 2) спланируйте проектирование процессов,
- 3) создайте базу данных,
- 4) разработайте дизайна,
- 5) проведите тестирование и отладку сайта
- 6) запустите таргетологическую рекламу

Работу по проекту организуйте с помощью Trello (информационных систем управления проектом)

Промежуточная аттестация дифференцированный зачет	-	У1-У91, 31-398, ОК1-ОК9, ПО 1 – ПО 10	Решение digital-кейса (5 кейсов)
---	---	---------------------------------------	----------------------------------

**Индивидуальное практическое задание:** письменный разбор креативного digital-кейса.

Примеры сфер разбираемых кейсов:

- 1) Креативный digital-кейс в сфере недвижимости;
- 2) Креативный digital-кейс в автомобильной сфере;
- 3) Креативный digital-кейс в сфере финансовых и банковских услуг;
- 4) Креативный digital-кейс в сфере медицины;
- 5) Креативный digital-кейс в сфере телекоммуникаций.