

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 14.06.2024 09:27:53  
 Уникальный программный идентификатор:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

## Форма оценочного материала для диагностического тестирования

### Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

#### Репутация организации, СЕМЕСТР 7

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Код, направление подготовки | 42.03.01<br>Реклама и связи с общественностью          |
| Направленность (профиль)    | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Форма обучения              | очная  |
| Кафедра-разработчик         | Психологии   |
| Выпускающая кафедра         | Психологии   |

| Проверяемая компетенция | Задание  | Варианты ответов   | Тип сложности вопроса | Кол-во баллов за правильный ответ |
|-------------------------|--|--|-----------------------|-----------------------------------|
| ПК-1.1<br>ПК-1.3        | <b>Укажите один правильный ответ</b><br>1. Деловая репутация организации представляет собой  | а) способность справляться с более сложными и масштабными проблемами;<br>б) систему ценностей и норм, которые разделяются сотрудниками организации и определяют их организационное поведение;<br>в) устойчивое мнение о качествах и достоинствах организации в деловом мире или определенном сегменте рынка. | низкий                | 2,0                               |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3        | <b>Укажите один правильный ответ</b><br>2. Когда на регулярной основе появились предложения по профессиональному управлению репутацией в Интернете в России? | А) 5-6 лет назад<br>Б) 7-8 лет назад<br>В) 3-4 года назад<br>Г) не раньше 2019 года  | низкий                | 2,0                               |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3        | <b>Укажите один правильный ответ</b><br>3. Когда подобные предложения по профессиональному   | А. 7-8 лет назад<br>Б. 5-6 лет назад<br>В. С начала 2000-х годов<br>Г. Были с самого появления Интернета, но   | низкий                | 2,0                               |

|                  |  |  |         |     |
|------------------|--|--|---------|-----|
|                  | управлению репутацией в Интернете стали появляться в мире в целом?   | не афишировали своих услуг до последнего времени   |         |     |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите один правильный ответ</b><br>4. Что такое Метаданные  | А. Описание контента публикации в Сети, невидимое для пользователя<br>Б. Библиографические описания<br>В. Точные координаты съемки, которые есть у каждой фотографии, размещенной в сети 14 Г.<br>Списки заголовков ваших электронных писем, доступные вашему провайдеру   | низкий  | 2,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите один правильный ответ</b><br>5. Автор определения «имидж – символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект-субъектного взаимодействия. | а) В.М. Шепель<br>б) А.Ю. Панасюк<br>в) Е.Б. Перелыгина  | низкий  | 2,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите все правильные ответы</b><br>6. Виды имиджа   | а) персональный имидж<br>б) политический имидж;<br>в) имидж руководителя;<br>г) имидж организации;<br>д) имидж территории;<br>е) имидж идеи, проекта;<br>ж) имидж человека;<br>з) имидж товара.  | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите все неверные ответы</b><br>7. Что такое целевая аудитория в Сети?   | А. это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или субъекте, которые пользуются Интернетом.<br>Б. это ближайший круг вашего сетевого общения, ограниченный теми пользователями, которые знают вас в реальной жизни<br>В. это аудитория форумов, групп в соцсетях и других сетевых площадок, где вы появляетесь чаще всего. | средний | 5,0 |

|                  |  |   |         |     |
|------------------|--|---|---------|-----|
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Верно ли утверждение</b><br>8. Целевая аудитория каждого пользователя Сети уникальна?   | А. Да<br>Б. Нет   | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите все правильные ответы</b><br>9. Функции делового имиджа   | а) аксиологическая,<br>б) профессиональная,<br>в) адаптационная<br>г) коммуникативная<br>д) карьерная<br>е) психотерапевтическая<br>ж) психологическая  | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите все неверные ответы</b><br>10. Имидж выражается в том, что человек целеустремленно работает над своим имиджем, пытаясь наиболее полноценно раскрыть свою индивидуальность | а) наведенный имидж<br>б) развивающийся имидж<br>в) деградирующий   | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Верно ли утверждение</b><br>11. Ваши слова и поступки оцениваются одинаково разными группами вашего социального окружения?  | А. Да<br>Б. Нет   | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите неверный ответ</b><br>12. Что такое прямой путь управления целевой аудиторией в Сети?   | А. Надо стать лидером мнений и формировать свою целевую аудиторию вокруг себя в качестве центра группы.<br>Б. Надо закупать больше контекстной рекламы, которая продвигает объект или субъект управления репутацией в Сети с позитивной стороны             | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите все правильные ответы</b><br>13. Зачем нужно создавать эмоциональный портрет целевой аудитории в Сети?  | А. Это помогает выделить те группы и сетевые площадки, общение на которых влечет за собой повышенные репутационные риски<br>Б. Это помогает определить, какие темы или поступки носят социально-одобряемый характер и способствуют хорошей репутации в Сети | средний | 5,0 |

|                  |  |  |         |     |
|------------------|--|--|---------|-----|
|                  |  | В. Это помогает определить собственные сильные и слабые стороны и корректировать информацию, которую размещаешь в Сети<br>Г. Все ответы верные |         |     |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Укажите все правильные ответы</b><br>14. _____ Часть корпоративной культуры компании, отражающая требования к внешнему виду сотрудников и руководителей в соответствии с философией и стилем управления компании  | а) философия компании<br>б) дресс-код<br>в) корпоративная культура   | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>15. Впишите недостающее слово на месте пропуска</b><br>15. Основные виды работы с негативом _____   | А. Удаление и выдавливание<br>Б. Администрирование и модерация   | средний | 5,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b><br>16. _____ процесс предпочтения одних людей другим, взаимного притяжения между людьми, умение вызывать взаимную симпатию  | а) ассертивность<br>б) аттракция<br>в) фасцинация<br>г) межличностная аттракция  | высокий | 8,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b><br>17. _____ это работа на вытеснение из поисковых выдач негативной информации и продвижение страниц с позитивным контентом об объекте управления цифровой репутацией. (+) Б. Это создание сайтов с подменными адресами, совпадающими с известными площадками _____ | А. SSM<br>Б. SERM  | высокий | 8,0 |

|                  |  |   |         |     |
|------------------|--|---|---------|-----|
|                  | отзовиками, для локализации негативных отзывов об объекте управления репутацией и последующем их удалении это  |   |         |     |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b><br>18. Этот тип мониторинга лучше подходит для работы с корпоративной репутацией<br>_____         | А. Ручной<br>Б. Автоматизированный<br>В. Сочетание обоих типов  | высокий | 8,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Выберите вариант, где все четыре этапа перечислены верно</b><br>19. Стратегия управления цифровой репутацией основана на четырех основных этапах. | А. Мониторинг, работа с негативом, работа с позитивом, SERM<br>Б. Мониторинг, брендинг, работа с негативом, SERM<br>В. Мониторинг, работа с негативом, реферальный маркетинг, работа с позитивом<br>Г. Мониторинг, работа с негативом, SERM, разработка сетевого образа | высокий | 8,0 |
| ПК-1.1<br>ПК-1.3 | <b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b><br>20. Этот аспект брендинга требуется для работы с цифровой репутацией<br>_____                  | А. Создание уникального сетевого образа<br>Б. Нейминг (как придумать имя в Сети)<br>В. Подбор уникальной цветовой палитры для оформления собственных сетевых площадок<br>Г. Все вышеперечисленные варианты  | высокий | 8,0 |