

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 30.03.2022 16:19:24
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

7.1. Вопросы для зачетов
(по дисциплинам)

№ п/п	Содержание вопроса
	Дисциплина 1. Формирование личного брендинга
1	Понятие имиджа. Этапы формирования имиджа
2	Характеристики позитивного имиджа
3	Личный бренд. Составляющие бренда
4	Уровни брендинга
5	Брендинг как часть имиджевого подхода
6	Условия работы с личным брендом
7	Особенности личного бренда и его риски
8	Коммуникации при выстраивании личного бренда
9	Этапы формирования стратегии личного бренда
10	Управление репутацией
	Дисциплина 2. Продвижение в социальных сетях
1	Тенденции продвижения бизнеса в социальных сетях
2	Технологии и инструменты продвижения в различных социальных сетях
3	Эффективность работы в социальных сетях
4	Этапы анализа поведения конкурентов в социальных сетях
5	Целевая аудитория: формат общения, интересы, потребности

6	Форматы позиционирования в социальных сетях
7	Стратегия контента. Категории контента
8	Реклама в социальных сетях
9	Сотрудничество с лидерами мнений
10	Конкурсы и опросы в социальных сетях
Дисциплина 3. Маркетинг в микробизнесе и самозанятости	
1	Определение маркетинга. Субъекты маркетинга
2	Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций и специфика применения в микробизнесе
3	Создание маркетинговой стратегии для микробизнеса и самозанятого
4	Принципы организации комплекса маркетинговых коммуникаций для микробизнеса
5	Анализ маркетинговой среды
6	Потребительские решения конечных потребителей
7	Особенности позиционирования микробизнеса и самозанятых
8	PR в микробизнесе и самозанятости
9	Личные продажи как средство коммуникации
10	Адаптивный механизм в ценовой политике
Дисциплина 4. PR проектирование при личном продвижении	
1	Сущность и основные принципы PR-проектирования
2	Концепция PR-проекта при личном продвижении
3	Основные каналы и инструменты PR при личном продвижении
4	Структура PR-проекта
5	Этапы подготовки PR-проекта
6	Идея проекта и выбор инструментов при PR-проектировании
7	Бюджетирование в PR-проектировании
8	Карта дел и медиа-план при PR-проектировании
9	Разработка и проведение PR-мероприятий
10	Оценка эффективности PR-проекта
Дисциплина 5. Особенности коммуникаций в продажах	
1	Психологические аспекты взаимодействия с клиентом (клиенториентированное общение).
2	Структура переговоров в базовой технике продаж. Работа с клиентом на различных этапах продаж.
3	Основные техники, используемые при продажах: активное слушание, СПИН, up time, контейнирование.
4	Техники убеждения и переубеждения клиентов.
5	Экспресс-диагностика психологического типа клиента.
6	Техники работы с отговорками и возражениями.
7	Эффективное предъявление цены.
8	Пробуждение потребности в товаре.
9	Работа с рекламациями.
10	Возврат платежей