



نمونه سؤالات:

مدیریت شبکه های اجتماعی

کد استاندارد: ۷۳۲۱۲۰۵۳۰۲۸۰۰۱۱

معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت

دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای

۱-ادمین به چه کسی میگویند؟

الف- کسی که صاحب یک صفحه در شبکه های اجتماعی است.

ب- کسی که یک یا چند شبکه اجتماعی را مدیریت میکند.

ج- کسی که برای شبکه های اجتماعی تبلیغات میکند.

د- کسی که در شبکه های اجتماعی تولیدفعالیت میکند.

۲-کدام یک از موارد زیر وظیفه ادمین تبلیغات نیست؟

الف- آنالیز صفحه و مشاوره

ب- واسطه بین کارفرما و بلاگرها

ج- هماهنگی تبلیغات

د- تولید و انتشار محتوا

۳-کدام مورد بین تمام انواع ادمین ها مشترک است؟

الف- حفظ امنیت صفحه

ب- پست گذاری اصولی

ج- کپشن نویسی و هشتگ گذاری

د- شناخت الگوریتم پلتفرم

۴-..... رسالت اصلی هر ادمین است.

الف- مدیریت زمان

ب- حفظ امنیت صفحه

ج- طراحی پست

د- پاسخگویی دایرکت

۵-وظایف ادمین بر چه اساسی مشخص میشود؟

الف- مقدار دستمزد

ب- توانایی های ادمین

ج- نظر کارفرما

د- توافق ادمین و کارفرما

۶-.....برای یک ادمین حرف اول را میزند.

الف- تنظیم تقویم محتوایی

ب- رعایت استراتژی صفحه

ج- داشتن تعهد و برنامه ریزی

د- پیاده سازی برنامه صفحه

۷-یک ادمین حرفه ای چه تقسیم بندی زمانی را برای کارش مشخص میکند؟

الف- طبق ساعت کاری در قرارداد

ب- هر ۴ ساعت یکبار

ج- در ساعات اداری

د- حداقل ۲ ساعت یکبار

۸-حداقل توانایی لازم برای ادمین شدن چیست؟



الف- داشتن حداقل مدرک لیسانس

ب- توانایی مذاکره و فن بیان

ج- داشتن هدف

د- داشتن روابط اجتماعی قوی

۹-هدف نهایی هر صفحه اینستاگرامی چیست؟

الف- رشد و تعامل

ب- افزایش فالوور

ج- رسیدن به فروش و درآمد

د- برند سازی

۱۰-هر ادمین نهایتاً چند صفحه را می تواند به خوبی مدیریت کند؟

الف- سه صفحه

ب- پنج صفحه

ج- هر تعداد که بخواهد

د- یک صفحه

۱۱-کد دو مرحله ای ورود به اکانت چند رقمی است؟

الف- ۴ رقمی

ب- ۶ رقمی

ج- ۸ رقمی

د- ۱۰ رقمی

۱۲-پروفایل ویزیت نشان دهنده چیست؟

الف- تعداد بازدید های دیگران از اکانت

ب- تعداد بازدید های فالوور ها از اکانت

ج- تعداد بازدید های فالوینگ ها از اکانت

د- تعداد باز دید های روزانه

۱۳-از کجا می توان پستی که قبلاً لایک کرده ایم را پیدا کنیم؟

الف- Setting /account

ب- Setting/privacy

ج- Setting/security

د- Setting/help

۱۴-تعداد کاراکتر مجاز در بایو گرافی چقدر است؟

الف- ۱۲۰

ب- ۱۵۰

ج- ۱۰۰

د- ۱۱۰

۱۵-در تلگرام برای لایک کردن پیام کدام گزینه صحیح است؟

الف- دوبار زدن روی پیام



- ب- یک بار زدن روی پیام
ج- انتخاب متن پیام و بعد گزینه لایک
د- انتخاب سه نقطه بالا و بعد گزینه لایک
۱۶- در واتس آپ برای عوض کردن شماره از کدام گزینه استفاده میکنیم؟

الف- Privacy

ب- account

ج- Chats

د- Help

- ۱۷- در واتس آپ از کدام قسمت داندلود خودکار را غیر فعال کنیم؟

الف- Storage and data

ب- Notification

ج- Account

د- Help

- ۱۸- در اینستاگرام زیر هر پست چند تعداد هشتگ مجاز است؟

الف- ۲۰ هشتگ

ب- ۳۰ هشتگ

ج- ۴۰ هشتگ

د- ۱۰ هشتگ

- ۱۹-...یکراه برای دسته بندی موضوعات در سطح جهانی است.

الف- بایو گرافی

ب- کپشن

ج- لینک بایو

د- هشتگ

- ۲۰- به طور تقریبی و برای جلوگیری از اکشن بلاک چه تعداد فالووینگ را در یک ساعت می توان آنفالو کرد؟

الف- ۴۰

ب- ۵

ج- ۲۰

د- ۶۰

- ۲۱- تفاوت تگ و منشن چیست؟

الف- تفاوتی ندارند

ب- تگ برای داخل پست و منشن برای کپشن و کامنت واستوری

ج- تگ برای کپشن و منشن برای استوری

د- هر دو برای پست

- ۲۲- حداکثر تا چه مدت بعد از پیام مخاطب باید جواب او را بدهیم؟

الف- تا ۲۴ ساعت بعد

ب- فقط در ساعات کاری

ج- حداکثر ۲ ساعت بعد

د- نباید زود جواب بدهیم

۲۳- شدوبن چیست؟

الف- انجام یکسری از حرکات در اینستاگرام برای شما ممنوع میشود

ب- دسترسی صفحه شما قطع میشود

ج- دیگر نمی توانید کسی را لایک و فالوو کنید

د- یکی از محدودیت هاست که جلو رشد صفحه شما را می گیرد

۲۴- کدام گزینه فقط باعث شدوبن میشود؟

الف- لایک کردن به تعداد زیاد

ب- فالو کردن به تعداد زیاد

ج- آنفالو کردن به تعداد زیاد

د- ریپورت شدن توسط دیگران به تعداد زیاد

۲۵- کدام گروه سنی نمی توانند از پلتفرم اینستاگرام استفاده کنند؟

الف- گروه زیر ۱۳ سال

ب- گروه زیر ۱۰ سال

ج- استفاده برای همه گروه های سنی مجاز است

د- فقط بین ۱۰ تا ۵۰ سال

۲۶- اگر از موزیک یا ویدیوی دارای حق کپی رایت استفاده کنیم....

الف- صفحه از دسترس خارج میشود

ب- باعث شدوبن میشود

ج- برای اولین بار فقط پست اتوماتیک پاک میشود

د- اکشن بلاک میشویم

۲۷- بهتر است از چند هشتگ زیر هر پست استفاده کنیم؟

الف- ۱۵ تا ۲۰

ب- ۳۰

ج- ۴۰

د- بهتر است از هشتگ استفاده نکنیم

۲۸- از **DUPLICATE** در اینشات چه زمانی استفاده میشود؟

الف- زمانی که بخواهیم تصویر را نصف کنیم

ب- زمانی که بخواهیم تصویر را بزرگ کنیم

ج- زمانی که بخواهیم از تصویر کپی بگیریم

د- زمانی که بخواهیم تصویر را بچرخانیم

۲۹- **MASK** کردن از چه طریق امکان پذیر است؟

الف- **REVERSE**

ب- **ROTATE**

ج- **FLIP**



د- PIP

۳۰- با استفاده از کدام پنجره در افکت های اینشات از افکت GLITCH استفاده کنیم؟

الف- FILTER

ب- PIP

ج- STICKERS

د- CANVAS

۳۱- KEY FRAM اینشات در کدام پنجره ها فعال است؟

الف- PIP

ب- TEXT

ج- STICLER

د- FLIP

۳۲- گزینه CHROMA در اینشات چکاری انجام میدهد؟

الف- حذف پس زمینه

ب- دوبل کردن ویدیو

ج- برگرداندن ویدیو

د- پاک کردن ویدیو

۳۳- CURVES در پیکس آرت چکاری انجام میدهد؟

الف- بریدن عکس

ب- کپی کردن عکس

ج- تنظیم نور عکس

د- برعکس کردن عکس

۳۴- در پیکس آرت قسمت BORDER گزینه INNER چکاربردی دارد؟

الف- به داخل بردن تصویر

ب- به بیرون بردن تصویر

ج- دایره ای کردن تصویر

د- درونی کردن تصویر

۳۵- صفحه واینر ها و بلاگرها در اینستاگرام کدام است؟

الف- Public

ب- Business

ج- Creator

د- Personal

۳۶- فرق بلاگر و اینفلوئنسر چیست؟

الف- فرقی ندارند

ب- بلاگر به معنی تاثیر گذار و اینفلوئنسر متخصص است

ج- اینفلوئنسر به معنی تاثیر گذار در زمینه ای خاص تخصص دارد.

د- بلاگر در زمینه خاصی تخصص دارد اما اینفلوئنسر فقط تاثیر گذار است.



۳۷- اولین قدم برای نوشتن تقویم محتوایی چیست؟

الف- مشخص کردن بستر کار

ب- مشخص کردن محصولات

ج- دسته بندی محتوا

د- نوشتن استعداد و توانایی ها

۳۸- استفاده از CTA در کدام بخش اینستاگرام بهتر است؟

الف- فقط در استوری

ب- فقط در پست

ج- فقط در کپشن

د- هم در کپشن هم در پست

۳۹- استوری های اینستاگرام بعد از ۲۴ ساعت در کدام بخش قابل دسترس است؟

الف- Setting

ب- Edit profile

ج- Archive

د- دیگر قابل دسترس نیستند

۴۰- مهمترین ابزار برای آنالیز محتوا در اینستاگرام کدام گزینه است؟

الف- Setting

ب- Suggestion

ج- Insight

د- Privacy

۴۱- کار "تولید محتوا" از کجا شروع شد؟

الف- وبلاگ ها

ب- کتاب و مقاله

ج- تلویزیون

د- عکس و فیلم

۴۲- تولید محتوا در فضای مجازی را چه کسانی شروع کردند؟

الف- بلاگر ها

ب- کارگردان ها

ج- وبلاگ نویس ها

د- بازیگران

۴۳- کدام نوع اکانت در اینستاگرام از نظر رشد و ارتقا از بقیه بهتر است؟

الف- اکانت بیزینس

ب- اکانت کریتور

ج- اکانت شخصی

د- اکانت عمومی

۴۴- انواع صفحات در ایتستاگرام از نظر محتوا چند نوع است؟



الف- ۳ نوع

ب- ۵ نوع

ج- ۴ نوع

د- ۱ نوع

۴۵- در اینستاگرام بهترین کپشن برای صفحات فروش کدام است؟

الف- کوتاه و تاثیر گذار

ب- طولانی

ج- حاوی ویژگی های محصول

د- حاوی اطلاعات کامل محصول

۴۶- در اینستاگرام کپشن های داستانی و طولانی مناسب کدام نوع از تولید کنندگان محتوا است؟

الف- وایر ها

ب- صفحات عمومی

ج- بلاگر ها و اینفلوئنسر ها

د- صفحات فروش گاهی

۴۷- در اینستاگرام کدام تکنیک برای تعامل و رشد صفحه لازم است؟

الف- کامنت مارکتینگ

ب- دایرکت مارکتینگ

ج- فالو و آنفالو

د- سیو کردن

۴۸- CTA به چه معناست؟

الف- دعوت به فالو

ب- دعوت به فروش

ج- دعوت به خرید

د- دعوت به اقدام

۴۹- بیشترین میزان فروش از کدام راه ممکن است؟

الف- داشتن وبسایت

ب- ارجاع به دایرکت

ج- ارجاع به واتس آپ

د- داشتن شماره تماس و آدرس

۵۰- کدام یک از تیتر های زیر برای تبلیغات مناسب تر است؟

الف- ثبت نام در دوره سئو با ۲۰ درصد تخفیف

ب- سه روز فرصت برای ثبت نام در دوره سئو با تخفیف ۲۰ درصدی

ج- سه برابر شدن فروش سایت در سه ماه

د- ثبت نام دوره آموزش سئو با تخفیف باور نکردنی

۵۱- در اینستاگرام هدف از تبلیغات چه چیز هایی میتونه باشه؟

الف- برند سازی



ب- فروش

ج- افزایش فالوور

د- هر سه مورد

۵۲- در اینستاگرام کدام گزینه به عنوان هدف تبلیغات مهمتر است؟

الف- افزایش فالوور

ب- افزایش نرخ تبدیل (مخاطب به مشتری)

ج- افزایش فروش

د- افزایش فروش و فالوور با هم

۵۳- در اینستاگرام برای انجام تبلیغات کدام نوع صفحات را باید در نظر داشت؟

الف- صفحاتی که مخاطب هدف ما داخل آن هاست

ب- صفحاتی که تعداد فالوور بالایی دارند

ج- صفحات عمومی و بومی هر شهر

د- فقط صفحات بلاگر ها و واینرها

۵۴- در اینستاگرام قبل از پیام دادن به یک بلاگر یا اینفلوئنسر برای تبلیغات کدام گزینه باید چک شود؟

الف- بایوی صفحه خودمان

ب- نیازی به چک کردن نیست

ج- بایوی صفحه اینفلوئنسر یا بلاگر

د- تعداد فالوور های پیج تبلیغاتی

۵۵- بهترین راه برای حرفه ای شدن در تبلیغات است .

الف- رصد کردن تبلیغات دیگران

ب- یادگیری راهکار های تبلیغاتی

ج- خلاقیت و ایده پردازی

د- تولید محتوای تبلیغاتی

۵۶- برای تبلیغ یک محصول خاص کدام نکات را باید در محتوای تبلیغاتی محصول رعایت کنیم؟

الف- صحبت راجب ویژگی های محصول

ب- ذکر قیمت محصول با دصدا تخفیف

ج- صحبت در مورد مزیت های محصول

د- دادن اطلاعات کامل محصول

۵۷- برای تبلیغات انبوه بهتر است..... .

الف- صفحه پرایویت (شخصی) باشد

ب- صفحه عمومی باشد

ج- صفحه کریتور باشد

د- صفحه بیزینسی (تجاری) باشد

۵۸- کدامیک از موارد زیر جزو "مسیر فروش" در اینستاگرام نیست؟

الف- صفحه پروفایل اصلی

ب- پیدا کردن بازار هدف و مخاطبین هدف

ج- ایجاد فروشگاه سنتی (آفلاین)

د- اعتماد سازی

۵۹- کدام یک جزو روش های پیدا کردن مخاطب هدف در اینستاگرام نیست؟

الف- تبلیغات

ب- هشتگ

ج- اینسایت

د- تولید محتوا

۶۰- کدامیک از موارد زیر از گزینه های اعتمادسازی در اینستاگرام نیست؟

الف- پروفایل اصولی

ب- نشان دادن رضایت مشتری

ج- پرداخت درب منزل

د- تبلیغات

۶۱- برای مشتریانی که دایرکت میان اما خرید نمی کنن چه راه حلی پیشنهاد میشود؟

الف- کم کردن قیمت محصول

ب- گفتن ویژگی ها و مزیت های محصول

ج- پیگیری مستمر مشتری

د- معرفی دیگر محصولات

۶۲- LEADS در قیف فروش به چه مشتریانی گفته میشود؟

الف- افراد راغب به محصولات

ب- مشتری های بالقوه

ج- مشتری های واقعی که محصول رو خریداری کرده اند

د- مشتریان ناراضی

۶۳- PROSPECTS در قیف فروش به چه مشتریانی گفته میشود؟

الف- افراد راغب به محصولات

ب- مشتری های بالقوه

ج- مشتری های واقعی که محصول رو خریداری کرده اند

د- مشتریان ناراضی

۶۴- در مورد تکنیک فروش FOMO کدام مورد صحیح است؟

الف- دادن حس ترس از دست دادن محصول

ب- دادن تخفیف

ج- دادن هدیه و اشانتیون

د- دادن ضمانت و گارانتی

۶۵- کدامیک از موارد زیر در تولید محتوایی که منجر به فروش میشود موثر است؟

الف- ایجاد فوریت برای خرید

ب- نشان دادن محصول با جزئیات

ج- ایجاد حس نیاز

د- دعوت به اقدام خرید

۶۶- کدام یک از عوامل زیر در اینستاگرام در برگزاری کمپین فروش موفق پر رنگ تر است؟

الف- پست

ب- استوری

ج- لایو

د- تمام بخش های اینستاگرام مثل زنجیر به هم متصل هستند

۶۷- دانستن کدامیک از موارد زیر برای داشتن فروش بیشتر در دایرکت موثر است؟

الف- شخصیت شناسی

ب- جواب های آماده

ج- کامنت مارکتینگ

د- تکنیک FOMO

۶۸- کدام نوع از شخصیت ها در شخصیت شناسی DISK نیاز به ضمانت و گارانتی دارند؟

الف- C

ب- S

ج- I

د- D

۶۹- دوران PULL TIME کدام هدف رو دنبال میکند؟

الف- تبلیغات

ب- جذب

ج- تبلیغات و جذب

د- فروش انفجاری

۷۰- DROP TIME همان است.

الف- تبلیغات

ب- کمپین فروش

ج- جذب و تبلیغات

د- دایرکت مارکتینگ

