ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ»

1. Разработка digital-стратегии.
2. Концепция стратегического управления компанией в цифровой экономике.
3. SEO-продвижение.
4. Принципы работы поисковых систем.
5. Особенности алгоритмов ранжирования.
6. Семантическое ядро.
7. Landing page и многостраничный сайт: структура, особенности создания.
8. Внутренняя оптимизация сайта.
9. Внешняя оптимизация сайта.
10. Создание и оптимизация контента.
11. Рынок контекстной рекламы: особенности и принципы, тренды и направления развития.
12. Оплата контекстной рекламы и особенности налогообложения.
13. Ключевые показатели эффективности (CTR, CPO, CPA, ROI, ROMI, ROAS).
14. Сравнительная характеристика ЯндексДирект и Google Ads.
15. Поисковая реклама, РСЯ, КМС.
16. Принципы работы ключевых слов и инициализация показа объявлений.
17. Принципы кластеризации.
18. Сервисы веб-аналитики: ЯндексМетрика и Google Analytics.
19. Подбор минус-слов.
20. Ремаркетинг и ретаргетинг.
21. Кол-трекинг: особенности применения.
22. Понятие и особенности социальных сетей.
23. История возникновения социальных сетей.
24. Виды социальных сетей, технические особенности их работы.
25. Продвижение в социальных сетях, составление портрета клиента.
26. Конкурентная разведка с помощью социальных сетей и дальнейшая разработка контент-стратегии.
27. ВКонтакте: особенности размещения рекламы, таргетированная реклама и ретаргетинг.
28. Facebook: особенности размещения рекламы, таргетированная реклама и ретаргетинг.
29. Instagram: особенности размещения рекламы.
30. Одноклассники: особенности размещения рекламы, таргетированная реклама и ретаргетинг.
31. Особенности YouTube, Vimeo и других сервисов.
32. Мессенджеры и чаты (WhatsApp, Telegram, Viber).
33. Создание публикаций, конкурсов и опросов в социальных сетях.
34. Роль блога в продвижении.
35. Использование блогинга для построения системы коммуникаций с потребителями.
36. Мобильные приложения. Их роль во взаимодействии с потребителями.
37. Системы статистики.
38. Подборки новостей (на базе Google Reader, ЯндексЛенты).
39. Разбор счетчиков. Интеграция их с системами контекстной рекламы.
40. Цифровая стратегия и планирование.
41. Современные тенденции в электронном маркетинге.
42. Анализ интегрированных маркетинговых коммуникаций.
43. Современные проблемы электронного маркетинга.

Вопросы утверждены на заседании кафедры

30.08.2023 протокол № 1

Зав. кафедрой экономики и менеджмента С.В.Лукин