

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Возникновение интернета. Основные понятия интернет-маркетинга.
2. Задачи и цели маркетинга в интернете.
3. Реклама, корпоративный сайт, социальные медиа.
4. Роль и место интернет-маркетинга в стратегии организации.
5. Классификация ПО: по типу, по сфере применения.
6. Текстовые редакторы, текстовые процессоры
7. Настольные издательские системы.
8. Основные термины HTML. Настройка структуры документа HTML.
9. Самозакрывающиеся элементы.
10. Валидация кода.
11. Основные термины CSS. Подключение CSS.
12. Виды интернет-рекламы.
13. Основные показатели медиапланирования.
14. Принципы формирования бюджета на интернет-рекламу.
15. Контекстная реклама.
16. Поисковые роботы и специализированные справочные службы.
17. Стратегия поиска информации в электронных каталогах.
18. Блогосфера и микроблогинг.
19. Таргетированная реклама.
20. Оценка сайта и разработка стратегии продвижения
21. Оптимизация страниц, написание текстов, исправление технических ошибок – согласно выбранной стратегии.
22. Факторы ранжирования интернет-сайтов.
23. Функции SEO.
24. Способы монетизации сайта.
25. Оценка эффективности продвижения сайта.
26. Задачи SMM. SMM-инструменты.
27. Ключевые навыки SMM-специалиста.
28. Ключевые навыки SEO-специалиста. Понятие SEO-продвижения.
29. Виды сайтов. Инструменты продвижения сайта.
30. Развитие поисковых систем. Современное состояние.
31. Факторы ранжирования сайта.
32. Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией.
33. Виды оптимизации. Работа с фильтрами. Снятие фильтров.
34. Типы фильтров. Фильтры Яндекса и Google.
35. Фильтры за накрутку поведенческих факторов.
36. Особенности SEO-копирайтинга.
37. Контент на сайте: специфика формирования.
38. Поисковые запросы в SEO-тексте.
39. Логика, структура и композиция SEO-текста.
40. Рекламные приёмы и инструменты в SEO-тексте.
41. Факторы внутренней оптимизации.
42. Факторы внешней оптимизации.
43. Формирование ссылочной массы.
44. Неэтичные методы продвижения.
45. Конкурентность запросов. Конверсия.
46. Инструменты оценки уровня конкурентности запросов.
47. Сбор статистики поисковых запросов.
48. Траст сайта: понятия, факторы.

49. Поведенческие факторы.
50. Индексация сайта: основные механизмы.
51. Настройка веб-проектов разных типов с учетом эффективного подхода к поисковому продвижению.
52. Социальные сети и их особенности.
53. Использование социальных сетей в бизнесе.
54. Таргетированная реклама.
55. Реклама в Facebook, на YouTube, в Одноклассниках, в Instagram.
56. Медиапланирование, аналитика и оценка эффективности SMM-кампаний.
57. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях.
58. Отслеживание конверсий.
59. Создание консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга.
60. Интегрирование сайта с социальными сетями.