**Вопросы к экзамену**

**Дисциплина «Электронные коммуникации»**

1. Информационные технологии в обществе.
2. ИКТ – основа электронного бизнеса.
3. Электронное правительство.
4. Основные понятия и модели электронной коммерции.
5. Платежные системы: виды, критерии оценки
6. Понятие интернет-маркетинга. Особенности интернет-маркетинга.
7. Основные инструменты интернет-маркетинга.
8. Дополнительные инструменты интернет-маркетинга.
9. Преимущества и ограничения интернет-маркетинга.
10. Процесс и составляющие стратегического интернет-маркетингового планирования.
11. Варианты стратегии роста фирмы.
12. Понятие поискового маркетинга, показатели важности сайта

и его страниц в поисковых системах.

1. Сниппет сайта, его структурные элементы.
2. Внутренняя оптимизация сайта.
3. Внешняя оптимизация сайта.
4. Классификация сайтов, подходы к разработке сайта.
5. Информационное наполнение и дизайн сайта. Основные составляющие сайта.
6. Характеристика продающей страницы сайта. Элементы главного экрана и их состав.
7. Основные характеристики сайта: функциональность, интерактивность, доступность.
8. SEO-оптимизация сайта.
9. Составление семантического ядра сайта.
10. Понятие и принципы партизанского маркетинга.
11. Виды партизанского маркетинга.
12. Партизанский маркетинг в интернете.
13. Характеристика вирусного маркетинга.
14. Этапы проведения партизанской или вирусной маркетинговой кампании.
15. Понятие контент-маркетинга.
16. Преимущества и недостатки контент-маркетинга.
17. Контент, используемый в контент-маркетинге, программа реализации контент-маркетинга.
18. Виральность контента и возможности ее использования.
19. Особенности разработки контент-плана.
20. Понятие скрытого маркетинга.
21. Виды скрытого маркетинга.
22. Особенности аффилированного (партнерского) маркетинга.
23. Аффилированные программы и их характеристики.
24. Виды рекламы и их применение в интернете.
25. Характеристика контекстной рекламы.
26. Медийная (баннерная) реклама: виды, ценовые характеристики, результативность.
27. Использование таргетинга в интернет-рекламе.
28. Оценка эффективности интернет-рекламы.
29. Маркетинг в социальных сетях (SMM).
30. Преимущества и недостатки SMM.
31. Порядок разработки и реализации SMM-кампании.
32. Особенности еmail-маркетинга.