Контрольная работа – одна из основных форм межсессионных заданий для студентов-заочников. Согласно учебному плану студент-заочник обязан выполнить одну контрольную работу за семестр.

Контрольная работа представляет собой проект по использованию инструментов и технологий рекламы и связей с общественностью в интернете на примере конкретной компании.

Контрольная работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности темы, сформулировать задачи работы. При раскрытии основных вопросов необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. Каждый раздел основной части должен завершаться краткими выводами. Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме.

Основная часть должна состоять из следующих разделов. Во-первых, информация о компании (история, сфера деятельности, информация о предоставляемых услугах/товарах, SWOT-анализ (в разрезе интернета), анализ целевой аудитории по различным характеристикам); характеристика существующих рекламной и PR стратегий, в том числе в Интернете.

Во-вторых, описанием используемых технологий и инструментов рекламы и связей с общественностью в Интернете.

Составляющие второго раздела.

1. Описание существующего сайта (сайтов) (описание главной страницы, какие вкладки существуют, какая информация содержится и т.д.)
2. Ранжирование сайта по 30 ключевым запросам, связанным с деятельностью компании (без указания названия компании): 15 высокочастотных и 15 низкочастотных.
3. Детальное рассмотрение существующей поисковой оптимизации сайта по следующим позициям:
4. Охарактеризовать название домена (доменная зона, название, протокол)
5. Выявить возраст домена.
6. Описать Тег Title для главной страницы и основных вкладок.
7. Описать Meta Discription для главной страницы.
8. Провести анализ текста двух страниц: количество слов, наличие ключевых слов и синонимов, списки, таблицы, уникальность текста и картинок, ошибки в тексте, соотнести Title и запрос, Title и ключевые страницы, Title и адрес страницы и т.п. Страницы для анализа выбрать из запросов, которые рассматривали: один из лучших и один из худших).
9. Определить частоту обновления сайта.
10. Определить ИКС сайта.
11. Найти и описать исходящие ссылки на другие сайты (в том числе на аккаунты социальных сетях).
12. Выявить наличие или отсутствие карты сайта.
13. Выявить наличие или отсутствие условий и политики конфиденциальности.
14. Выявить наличие или отсутствие видео из социальной сети «YouTube».
15. Выявить наличие или отсутствие использование систем сбора статистики.
16. Выявить наличие или отсутствие Favicon
17. Выявить наличие или отсутствие отзывов о сайте в различных системах
18. Выявить наличие или отсутствие возможности «лайкать» и «делиться» контентом с сайта (при наличие указать количество).
19. Выявить наличие или отсутствие адреса на картах «Яндекс» и «Google».
20. Выявить наличие или отсутствие контентного спама.
21. Выявить наличие или отсутствие упоминания бренда без ссылок.
22. Выявить наличие или отсутствие в различных каталогах.
23. Самостоятельно оценить юзабилити сайта. (придумать три задания для целевых аудиторий и провести, кроссбраузерность и кроссплатформенность)
24. Описание существующих аккаунтов в социальных сетях: количество пользователей и их активность, контент-план, количество фото- и видеоматериалов, используемые хештеги (используют ли конкуренты), ссылки на другие ресурсы компании, сравнение контента в разных соцсетях (в случае совпадения – определить где раньше), наличие рекламы аккаунта и т.д. Проанализировать 100 постов по тематикам.
25. Описание (при наличии) существующей тактики в контекстной рекламе: по каким запросам показывается реклама, содержание рекламных объявлений и т.д. (скрины)
26. Описание (при наличии) существующих e-mail рассылок: как подписаться, тематика рассылок, частота рассылок и т.д.
27. Описание (при наличии) существующей тактики работы на тематических форумах.
28. Описание (при наличии) существующей тактики работы с различными электронными каталогами.
29. Описание (при наличии) использования мобильных приложений.
30. Описание (при наличии) использования вебинаров.
31. Рассмотреть используемые технологии (сайт, соцсети, контекстная реклама, мобильные приложения, вебинары) по ступеням «Лестницы узнавания» Б.Ханта.

Третий раздел - проект по улучшению технологий и инструментов рекламы и связей с общественностью в Интернете. Он должен содержать конкретные предложения. Особенно по отсутствующим позициям, указанным ранее:

1. Предложения по поисковой оптимизации сайта.
2. Предложения по продвижению аккаунтов в социальных сетях.
3. Предложения по контекстной рекламе (минимум пять объявлений).
4. Предложения по e-mail рассылкам.
5. Предложения по работе с форумами.
6. Предложения по работе с электронными каталогами.
7. Предложения по использованию мобильных приложений.
8. Предложения по использованию вебинаров.
9. Предложения по использованию игровых сервисов.

Заключительный этап – оформление. На титульном листе контрольной работы указывается специальность, номер группы, фамилия, имя и отчество студента, а так же тема работы. На второй странице должно быть представлено содержание, в котором формулируются названия частей или глав работы и параграфы с указанием страниц. Введение, заключение, список литературы и приложение (если оно предусмотрено) в содержании не нумеруются. Главы и параграфы нумеруются. Контрольная работа должна быть написана грамотно, четко, разборчиво (предпочтительно отпечатана на компьютере или пишущей машинке), с выделением абзацев (1,25 см), страницы – пронумерованы внизу по центру. Межстрочный интервал – полуторный, перед и после по 0 пт. Ширина полей контрольной работы – по два сантиметра. Объем контрольной работы – 20-24 страницы ученической тетради или 12-15 печатных страниц. В конце работы нужно указать список источников и литературы (в алфавитном порядке), использованной студентом для написания контрольной, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее трех наименований.

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает положительную рецензию.

Все замечания, указанные в рецензии, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На зачете или экзамене студент представляет экзаменатору свою контрольную работу, рецензию и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не засчитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представление контрольной работы при этом не изменяются.