Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации:

1. История развития новых медиа за рубежом и в России.

2. Классификации аудиторий в новых медиа. Основные принципы работы с ними.

3. Веб-сайт: определения, классификации, цели, задачи, особенности использования как инструмента PR и рекламы.

4. Landing page: определение, цели, задачи, особенности, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

5. Баннерная реклама в интернете: история становления, современные определения, цели, задачи, особенности.

6. Тизерная реклама в интернете: история становления, современные определения, цели, задачи, особенности.

7. Search Engine Optimization: история становления, современные определения, цели, задачи.

8. Основные поисковые системы в России и за рубежом.

9. Поисковая система «Яндекс»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

10. Поисковая система «Google»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

11. Контекстная реклама: определение, цели, задачи, системы.

12. Система контекстной рекламы «Яндекс.Директ»: история развития, возможности и особенности использования.

13. Система контекстной рекламы «GoogleAdwords»: история развития, возможности и особенности использования.

14. Социальные сети: история развития, современные определения, классификации, общие тенденции.

15. Social Media Optimization: история становления, современные определения, цели, задачи.

16. Социальная сеть «Вконтакте»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

17. Социальная сеть «Одноклассники»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

18. Социальная сеть «Facebook»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

19. Социальная сеть «Instagram»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

20. Социальная сеть «Twitter»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

21. Социальная сеть «Живой журнал»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

22. Хостинги по обмену различными форматами данных: классификации, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

23. Видеохостинг «YouTube»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

24. Программы обмена голосовыми или письменными сообщениями: «ICQ», «QIP», «Jabber» и т.д.

25. Программа обмена голосовыми и письменными сообщениями «Skype»: история развития, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

26. Игровые сервисы: история развития, современные определения, классификации, общие тенденции, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

27. Social media marketing: история становления, современные определения, цели, задачи.

28. Облачные сервисы: определение, классификации, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

29. Мобильные приложения и виджеты: определение, классификации, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

30. E-mail-рассылки: определение, классификации, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

31. Вебинары: определение, классификации, возможности и особенности использования как инструмента PR и рекламы.

32. Критерии и методы оценки эффективности PR и рекламных кампаний в новых медиа. Веб-аналитика.

33. Возможности оценки эффективности PR и рекламных кампаний в новых медиа с помощью сервиса «Яндекс.Аналитика».

34. Возможности оценки эффективности PR и рекламных кампаний в новых медиа с помощью сервиса «GoogleAnalytics».