

Экзаменационные вопросы по дисциплине «Электронный бизнес»
для студентов направления подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика»
(2019-20 уч. год)

1. Развитие электронного бизнеса. Современное понятие об электронном бизнесе.
2. Классы промышленных систем электронного бизнеса и их основные задачи.
3. Электронная коммерция: понятие и основные составляющие. Формы электронной коммерции.
4. Стандарты электронного бизнеса.
5. Построение системы сквозной аналитики. Критерии (KPI) для оценки эффективности интернет-бизнеса.
6. Термин «интернет-маркетинг». Отличия классического и интернет-маркетинга с точки зрения моделей «маркетинг-микс».
7. Структура интернет-маркетинга.
8. Каналы и соответствующие им инструменты привлечения аудитории на веб-ресурсы. Процессы в рамках интернет-маркетинга.
9. Проблема стандартизации профессий в интернет-индустрии. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу».
10. Специализации в интернет-маркетинге.
11. Методы и сервисы генерации бизнес-идей.
12. Инструменты коммуникации при презентации бизнес-идей. Три разновидности питч-выступлений.
13. Бренд-платформа: определение и структура. Позиционирование, его этапы и стратегии.
14. Целевая аудитория: определение и обоснование необходимости ее выявления. Процесс сегментации целевой аудитории (ЦА) и характеристики для создания профиля (портрета) ЦА.
15. Систематизация ключевых характеристик ЦА на основе карт эмпатии.
16. Методы классического конкурентного анализа.
17. Конкурентный анализ в e-marketing, его возможности и периоды. Анализ конкурентов в интернет-среде на основе схемы маркетинговой коммуникации.
18. Выявление конкурентов с помощью веб-сервисов.
19. Виды интернет-рекламы и их краткая характеристика.
20. Рекламные возможности социальных сетей (на примере ВКонтакте).
21. Таргетинг и ретаргетинг. Таргетированная реклама, основные шаги по ее запуску.

- 22.Таргетированная реклама: анализ эффективности. Типичные ошибки при работе с таргетированной рекламой.
- 23.Поисковая и тематическая контекстная реклама. Популярные контекстные системы. Характеристики контекстной рекламы.
- 24.Имиджевая и performance-реклама в воронке продаж.
- 25.Шаги по запуску и мониторингу контекстной рекламной кампании (на примере Яндекс.Директ).
- 26.Анализ эффективности и основные ошибки при настройке контекстной рекламы, а также способы их выявления.
- 27.Сервисы для управления и проверки контекстных рекламных кампаний.
- 28.Процесс лидогенерации: основные термины, виды трафика и схема работы лид-менеджера.
- 29.Процесс лидогенерации: воронка лидов, лид-магниты, зрелость лида.
- 30.Правила лидогенерации и метрики для ее контроля. Автоматизация процесса лидогенерации.
- 31.Тренды в интернет-маркетинге: трансформация социальных сетей (с примерами по любой платформе).
- 32.Тренды в интернет-маркетинге: SMM-тренды.
- 33.Общие тренды в сфере интернет-маркетинга.
- 34.Продвижение в мессенджерах. Инструменты для создания чат-ботов.
- 35.Мобильный маркетинг. Отличия мобильной и десктопной рекламы. Mobile-настройки в рекламных системах.
- 36.Понятие о моделях атрибуции в веб-аналитике. Модели атрибуции в системе Яндекс.Метрика.
- 37.Понятие о моделях атрибуции в веб-аналитике. Модели атрибуции в системе Google Analytics.

Структура экзаменационного билета:

- 1. Вопрос из представленного списка.**
- 2. Проект бизнес-части бакалаврской работы (на основе выполненного РГЗ).**