Приложение 4

к рабочей программе дисциплины

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки: **38.05.01 Экономическая безопасность**

Профиль подготовки: Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Уровень высшего образования: Специалитет

Форма обучения: Очная

Санкт-Петербург

2022 г.

УК -10 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

| **Номер задания** | **Содержание вопроса** |
| --- | --- |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Укажите соответствие основных концепций интернет-маркетинга. К каждой позиции в левом столбце подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Концепция интернет-маркетинга 1.0 | А. | Стратегия ориентирована на охват аудитории с целью, например, занять первые позиции в поисковых системах по приоритетным поисковым запросам, привлекая максимальное количество целевой аудитории. | | 2. | Концепция интернет-маркетинга 2.0 | Б. | Главная цель – мобильность и решение задач пользователя, ради которых  он посещает веб-сайт, а количественные показатели и позиции в рейтингах отходят на второй план. | | 3. | Концепция интернет-маркетинга 3.0 | В. | Главным  Является подсчет количественных показателей, таких как количество посещений, количество просмотров страниц, среднее время, которое провели  пользователи на сайте и т.п. | | 4. | Концепция интернет-маркетинга 4.0 | Г. | философия, основанная на применении технологий, имитирующих человека, для создания глубокой ценности на каждом этапе взаимодействия с клиентом | |  |  | Д. | предполагает создание иммерсивного опыта, который сочетает физические и цифровые элементы | |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Укажите соответствие утверждений «Маркетинговые особенности сети Интернет»   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Интерактивность | А. | Регион  Время контакта  Тематика контакта  Уникальный контакт  Частота | | 2. | Точность | Б. | Индивидуальные потребности каждого покупателя могут быть учтены продавцом | | 3. | Персонификация | В. | Пользователь Сети в большей степени инициирует и контролирует ту информацию, которую он получает. | | 4. | Релевантность | Г. | Соответствие не только запросам, но также ожиданиям и потребностям пользователей | |  |  | Д. | набор элементов, которые позволяют пользователю взаимодействовать с веб-ресурсом | |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Виды интернет проектов бывают разными, сопоставьте наименование вида проекта и его описание. К каждой позиции в левом столбце подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Корпоративный сайт | А. | Решение, призванное обеспечить у посетителя высокую запоминаемость компании, продукта, услуги, товара, бренда. | | 2. | Промо-сайт | Б. | Представительство компании в сети: информация о компании, коллективе, миссия… | | 3. | Портал | В. | Веб-сайт, выполняющий роль отправной точки для своей аудитории. | | 4. | Посадочная страница | Г. | Сервис опросов, который позволяет проводить онлайн-опросы и анкетирование. Помогает определить интересы и поведение целевой аудитории | |  |  | Д | Веб-страница, задача которой — побудить пользователя совершить целевое действие | |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность.  Установите последовательность разработки веб-сайта.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1. Дизайн  2. Проектирование  3. Верстка  4. Программирование |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность этапов оценки эффективности веб-сайт  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.   1. Findability 2. Аттракторы 3. Содержание 4. Навигация |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность модели AIDA.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.   1. Желание 2. Интерес 3. Внимание 4. Действие |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Определите характеристику геоконтекстной рекламы как вида интрнет-маркетинга:  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора.   1. Вид маркетинговой коммуникации 2. Вид рекламы, который чаще всего встречается в мобильных телефонах 3. Вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Основные цели инструментов «вирусного маркетинга»:   1. Прямые продажи продукции и услуг 2. Информирование аудитории о компании, продукции и услугах 3. Непрямое рекламное воздействие на мнение и выбор аудитории   Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Экономический показатель, который определяет доходность или убыточность маркетинговых каналов в Интернет.   1. CPA 2. CTR 3. ROI   Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора. |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Каковы цели использования инструментов контекстной рекламы?   1. Рост продаж. 2. Увеличение посещаемости веб-ресурсов. 3. Продвижение новых продуктов или услуг. 4. Увеличение узнаваемости бренда. 5. Повышение эффективности продвижения. 6. Увеличение количества подписчиков на рассылку для email-маркетинга.   Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Каковы ключевые цели PR в Интернет-маркетинге?   1. Изменение информационной среды вокруг организации, компании, фирмы или личности. 2. Поддержка благоприятных отношений к компании и продукту 3. Повышение уровня продаж продукции и услуг   Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Каковы ключевые задачи SMM?   1. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях, которые воспринимаются маркетингом, как социальные медиа 2. Продажа товаров и услуг в социальных сетях 3. Увеличения количество подписчиков   Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:  Раскройте содержание комплексной стратегии как ключевой стратегии интернет-маркетинга. |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:  Раскройте содержание CRM-маркетинг как способ интернет-маркетинга. |