

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

_____ Шматко А.Д.

« ____ » _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

Направление/специальность подготовки	38.03.02 Менеджмент
Специализация/профиль/программа подготовки	Производственный и информационный менеджмент
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очно-заочная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
5	9	3	108	34	17	0	17	74	0	0	74	зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)**

38.03.02 Менеджмент

год набора группы: 2025

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Стешин Василий Анатольевич, старший преподаватель

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-2.3 — Способен применять современные методы организации производства и характеристики передовых производственных технологий

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПК-2.3

знания:

Принципы устройства и функционирования сетевой экономики в Интернет, проектирования и разработки интернет-ресурсов и программ продвижения в Сети, использования интернет-технологий

для создания, развития и продвижения бизнес-проектов.;;

умения:

Проектировать и разрабатывать бизнес-проекты в Сети интернет, проектировать и разрабатывать программы продвижения интернет-проектов.;;

навыки:

Создания бизнес-проектов в сети Интернет, использования инструментов планирования и аналитики..

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.03.02 Менеджмент*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- УК-2 — Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- УК-3 — Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПК-2.3
5	9	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет. Влияние интернет-технологий на экономику и бизнес.	12	4	2	2	8	10
5	9	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов. Маркетинговые характеристики Сети интернет, инструменты и технологии создания эффективного проекта.	12	4	2	2	8	10
5	9	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет. Рынок интернет-рекламы. Инструменты и технологии.	18	10	6	4	8	20
5	9	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения. Контекстные технологии. SMM. SEO.	15	5	2	3	10	20
5	9	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет. Определение и охват целевой аудитории, возможности фокусировок. Методы и технологии формирования аудитории.	26	6	3	3	20	20
5	9	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет. Планирование, прогнозирование и критерии оценки эффективности кампаний в Интернет.	25	5	2	3	20	20
Всего за 9 семестр			108	34	17	17	74	100
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.	Разбор перехода традиционного бизнеса в интернет-среду	2
2	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.	Разбор кейсов	2
3	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.	Практический разбор инструментов продвижения и рекламы.	4
4	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.	Разбор кейсов	3
5	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.	Разбор основного инструментария на практике. Демонстрация систем таргетирования.	3
6	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет.	Медиа-планирование и оценка эффективности.	3
Всего за 9 семестр			17

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.	Подготовка командных кейсов.	8
2	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.	Поиск и оформление кейсов, брифов	8
3	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.	Подготовка докладов.	8
4	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.	Поиск, подготовка и анализ кейсов.	10
5	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.	Подготовка и моделирование программ продвижения.	20
6	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ	Самостоятельная разработка медиа-плана	20

эффективности рекламных кампаний в Интернет.	кампании по продвижению бизнес-проекта в Интернет.	
Всего за 9 семестр		74

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
9		Дисск.		ВПЗ		ДР	ДЗ		Докл	ДР			ТекК			ДР	зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Дисск. – дискуссия;
- ВПЗ – вопросы/задания по темам ПЗ;
- ДЗ – домашнее задание;
- Докл – доклад;
- ТекК – вопросы для текущего контроля;
- зач. – зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- дискуссия;
- вопросы/задания по темам ПЗ;
- домашнее задание;
- доклад;
- вопросы для текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. . Интернет-маркетинг. Москва: Юрайт, 2021, эл. рес.
2. А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016, 66 экз.
3. А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016, эл. рес.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

1. Научно-методический журнал «Информатизация образования и науки».

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=474 — Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова;
2. <https://urait.ru/> — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов..

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор;
2. Интерактивная доска.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.03.02 Менеджмент*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПК-2.3 Способен применять современные методы организации производства и характеристики передовых производственных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными характеристиками сети Интернет, теоретические и практические проблемы, возникающие при разработке и реализации различных видов интернет-проектов, стратегий присутствия и продвижения бизнеса.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- дискуссия;
- вопросы/задания по темам ПЗ;
- домашнее задание;
- доклад;
- вопросы для текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 з.е., 108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**17 ч.**), практические занятия (**17 ч.**), самостоятельная работа студента (**74 ч.**).

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 34 ч. аудиторных занятий, и 74 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.		
Подготовка командных кейсов.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1)	8
Итого по разделу 1		8
Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.		
Поиск и оформление кейсов, брифов	. Интернет-маркетинг: Москва: Юрайт, 2021 (1,2,3)	8
Итого по разделу 2		8
Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.		
Подготовка докладов.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1,2,3)	8
Итого по разделу 3		8
Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.		
Поиск, подготовка и анализ кейсов.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1,2,3)	10
Итого по разделу 4		10
Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.		
Подготовка и моделирование программ продвижения.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1,2,3)	20
Итого по разделу 5		20
Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет.		
Самостоятельная разработка медиа-плана кампании по продвижению бизнес-проекта в Интернет.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1, 2, 3)	20
Итого по разделу 6		20

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- дискуссия;
- доклад;
- вопросы для текущего контроля;
- вопросы/задания по темам ПЗ;
- домашнее задание;
- зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Дискуссия

Оцениваемые показатели.

1. соответствие содержания ответа обсуждаемому вопросу: - соответствует - не соответствует.
2. логическая последовательность его изложения
3. аргументированность и обоснованность ответа
4. наличие собственных суждений по проблеме
5. лаконичное и грамотное изложение материала
6. поиск новых идей и выдвижение контридей в процессе обсуждения

Доклад

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к написанию доклада: тема раскрыта полностью, сформулированы выводы, выдержан объём, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём доклада; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы либо работа студентом не представлена.

Вопросы для текущего контроля

- ответ засчитывается – студент демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, логично и последовательно объясняет сущность, явлений и процессов, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

- ответ не засчитывается – студент демонстрирует незнание теоретических основ предмета, несформированные навыки анализа явлений и процессов, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

Вопросы/задания по темам ПЗ

- ответ засчитывается – студент демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, логично и последовательно объясняет сущность, явлений и процессов, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение

монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

- ответ не засчитывается – студент демонстрирует незнание теоретических основ предмета, несформированные навыки анализа явлений и процессов, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

Домашнее задание

выполнение задания студентом засчитывает при следующих условиях:

- задание своевременно выполнено и представлено на обозрение;
- студент обладает необходимой системой знаний;
- студент способен понимать и интерпретировать освоенную информацию;
- студент справляется с выполнением предложенных заданий, предусмотренных рабочей программой;
- студент усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой;

Зачет

а) студент свободно, достаточно подробно излагает изученный материал, демонстрирует понимание информационных процессов по всем пройденным темам, пользуется терминологией - 10 баллов;

- б) студент, в целом, владеет изученным материалом, но не достаточно полно демонстрирует понимание процессов по пройденным темам, мало пользуется терминологией - 6 баллов;

- в) студент слабо владеет изученным материалом, плохо понимает процессы, практически не пользуется терминологией - 3 балла;

- г) ответ, не соответствующий требованиям пунктов а), б) и в), - 0 баллов.- оценка «не зачтено»

- Для получения зачета необходимо набрать не менее 6 баллов.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПК-2.3	
5	9	Раздел 1. Сетевая экономика в Интернет.	12	4	2	2	8	10	Дискуссия
5	9	Раздел 2. Виды и отличия интернет-проектов.	12	4	2	2	8	10	Дискуссия
5	9	Раздел 3. Реклама и продвижение в Сети интернет.	18	10	6	4	8	20	Доклад
5	9	Раздел 4. Передовые интернет-технологии рекламы и продвижения.	15	5	2	3	10	20	Вопросы для текущего контроля
5	9	Раздел 5. Инструменты планирования и управления маркетинговыми коммуникациями в Интернет.	26	6	3	3	20	20	Вопросы/ задания по темам ПЗ
5	9	Раздел 6. Медиа-планирование и анализ эффективности рекламных кампаний в Интернет.	25	5	2	3	20	20	Домашнее задание
Всего за 9 семестр			108	34	17	17	74	100	
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	

ПК-2.3 - Способен применять современные методы организации производства и характеристики передовых производственных технологий

№ 1 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

№ 2 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
PR-в Интернет, как актуальная стратегия продвижения, включает в себя

№ 3 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Комплексная стратегии интернет-маркетинга...

№ 4 Прочитайте текст и установите соответствие

1. Концепция интернет-маркетинга 1.0
2. Концепция интернет-маркетинга 2.0
3. Концепция интернет-маркетинга 3.0

А - Стратегия ориентирована на охват аудитории с целью, например, занять первые позиции в поисковых системах по приоритетным поисковым запросам, привлекая максимальное количество целевой аудитории.

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.

В - Главным является подсчет количественных показателей, таких как количество посещений, количество просмотров страниц, среднее время, которое провели

пользователи на сайте и т.п.

№ 5 Прочитайте текст и установите соответствие

1. Интерактивность
2. Точность
3. Персонализация

А -

- Регион
- Время контакта
- Тематика контакта
- Уникальный контакт
- Частота

Б - Индивидуальные потребности каждого покупателя могут быть учтены продавцом

В - Пользователь Сети в большей степени иницирует и контролирует ту информацию, которую он получает.

- № 6 Прочитайте текст и установите последовательность
Установите последовательность разработки веб-сайта
1. Дизайн
 2. Проектирование
 3. Верстка
 4. Программирование
- № 7 Прочитайте текст и установите последовательность
Прочитайте текст и установите последовательность этапов оценки эффективности веб-сайт
1. Findability
 2. Аттракторы
 3. Содержание
 4. Навигация
- № 8 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Геоконтекстная реклама это...
- Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора
1. Вид маркетинговой коммуникации
 2. Вид рекламы, который чаще всего встречается в мобильных телефонах
 3. Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием
- № 9 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
- № 10 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Каковы цели использования инструментов контекстной рекламы...
1. Имиджевое рекламное воздействие на аудиторию
 2. Конверсия по заявкам и звонкам от потенциальных покупателей
 3. Повышение уровня продаж
 4. Знакомство аудитории с новым продуктом
- № 11 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Ключевые цели PR в Интернет...
- Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора

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

№ 12 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Ключевыми задачами SMM являются:

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