

#### 4 ПИТАННЯДО ЗАЛІКУ

1. У чому полягає революційність появи в житті сучасного суспільства Інтернету.
2. Охарактеризуйте історію створення Інтернету та її спонукальні причини.
3. Назвіть основні явища й закони, що сприяють формуванню глобальної гіпермедійної інформаційної системи.
4. Надайте порівняльну характеристику основних тенденцій розвитку і рушійних сил у традиційній і віртуальній економіці.
5. Назвіть головні переваги Інтернету, порівнянно з традиційною економікою для ведення бізнесу й ефективного маркетингу.
6. Укажіть суперечливі або недопрацьовані якості віртуального середовища для повноцінної організації бізнесу.
7. Назвіть опорні елементи функціонування маркетингової діяльності віртуальних підприємств і організацій.
8. Охарактеризуйте основні джерела вторинної інформації в Інтернеті.
9. Назвіть головні пошукові системи і особливості їх використання для розв'язання маркетингових завдань.
10. Що таке метапошукові системи? Які їх специфіка в наданні інформації?
11. Які з маркетингових агенцій здійснюють моніторинг аудиторії Інтернету?
12. Що таке пасивні маркетингові дослідження і як їх проводяться?
13. Які пошукові системи найбільш популярні серед користувачів України?
14. Як проводиться збір маркетингової інформації про відвідувачів веб-сайтів?
15. Назвіть методи ідентифікації користувачів.

16. Охарактеризувати методи отримання та обробки статистичних даних про поведінку користувачів на веб-сайті: лічильники, використання статистики, що надається постачальниками інтернет-послуг.
17. Навести приклади програм-аналізаторів.
18. Сформулюйте поняття «маркетингова стратегія» у контексті інтернет-маркетингу.
19. Сформулюйте основні принципи побудови «матриці вартості інтернет-бізнесу» за А. Хартманом.
20. Яким чином досвід вироблення специфічних стратегічних рішень у сфері інтернет-маркетингу може бути використаний українськими підприємцями?
21. Назвіть стратегічні рішення, які найчастіше використовують вітчизняні підприємці для ведення бізнесу в Інтернеті.
22. Назвіть мотивації покупок через Інтернет.
23. Які групи матеріальних товарів мають найбільшу придатність для продажу в Інтернеті?
24. Визначте категорії сервісу та підтримки товарів в Інтернеті, які значно підвищують їхню споживчу цінність.
25. Надайте характеристику нематеріальних товарів в Інтернеті.
26. Назвіть чинники, що впливають на ціноутворення в Інтернеті.
27. Охарактеризуйте типи онлайн-аукціонів і тенденції їх розвитку.
28. Сервіси розміщення інтернет-реклами в пошукових системах і на тематичних сайтах.
29. Особливості розробки та реалізації рекламної інтернет-кампанії.
30. Комунікативні показники оцінки результативності інтернет-реклами.
31. Економічні показники оцінки результативності інтернет-реклами.
32. Просування інтернет-ресурсу на основі заходів SEO.
33. SEO - оптимізація і просування сайту
34. Просування інтернет-ресурсу на основі заходів SMO.

35. Методи стимулювання продажів з використанням цифрових технологій.
36. PR заходи з використанням цифрових технологій.
37. Розвиток цифрового маркетингу (на прикладі).
38. Електронна пошта як інструмент інтернет-маркетингу.
39. Інструменти управління цифрового маркетингу.
40. Забезпечення комунікативної ефективності інтернет-ресурсу.
41. Забезпечення економічної ефективності функціонування Web-сайту.
42. Можливості використання цифрового маркетингу в галузі (на конкретному прикладі).
43. Банери на Web-сторінках: аналіз досвідом- та використання (на прикладі).
44. Вірусний маркетинг і його вплив на просування бізнесу в мережі Інтернет.
45. Аналіз досвіду використання вірусного маркетингу.
46. Вірусний маркетинг: сутність, види, тенденції розвитку.
47. Значення Web-сайту в маркетинговій діяльності підприємства (організації).
48. Медіапланування в просуванні інтернет-магазину (на прикладі).
49. Методи стимулювання збуту в мережі Інтернет (на прикладі).
50. Методи підвищення впізнаваності бренду в мережі Інтернет.
51. Методи підвищення юзабіліті сайту (на прикладі).
52. Методи залучення відвідувачів на Web-сайт (на прикладі).
53. Організація маркетингової діяльності у мережі Інтернет.
54. Особливості розкрутки молодого сайту в мережі Інтернет.
55. Забезпечення відвідуваності і оцінка інтернет ресурсів.
56. Порівняльний аналіз підходів до оцінки ефективності інтернет-реклами.
57. Партизанський маркетинг і його інтернет- технології.