1. Дайте определение «электронный маркетинг»

Комплекс мероприятий маркетинга компании, связанный с применением электронных средств. К электронным средствам относят персональный компьютер (ПК), карманный персональный компьютер (КПК), мобильный телефон, коммуникаторы, телефон, а также различные виды связи — интернет, фиксированную телефонную связь, мобильную связь.

2. Объектом электронного маркетинга является ….

Объектом маркетинговой деятельности на электронном рынке выступает информационно-аналитическая и экспертно-исследовательская деятельность фирмы, с использованием сетевых информационных систем и технологий: по выбору конкурентной позиции на данном рынке, где компания выступает со своим товаром; определению стратегий его продвижения и распределения, выбору рекламной и ценовой политики с учетом всей совокупности факторов внешней и внутренней среды в условиях риска и неопределенности.

3. Субъектом маркетинговой деятельности является …

Субъектом маркетинговой деятельности на электронном рынке выступает, как и в классическом маркетинге, деятельность конкретного собственника, компании по целенаправленному регулированию деятельности фирмы, производимому по определенной технологии с использованием системы методов анализа и обработки цифровой информации электронного рынка для достижения поставленных целей, Процесс управления маркетингом на электронном рынке отражает совокупность операций и процедур, выполняемых работниками маркетинговых служб компаний в определенной последовательности.

4. Интернет-маркетинг включает в себя такие элементы системы как?

1. Интернет-маркетинг включает в себя такие элементы системы как:
2. медийная реклама
3. контекстная реклама
4. поисковый маркетинг в целом и SEO (Search Engine Optimization) в частности
5. SMO (Social Media Optimization)
6. SMM (Social Media Marketing)
7. прямой маркетинг с использованием email, RSS
8. вирусный маркетинг
9. партизанский маркетинг

5. Опишите методы и инструментарий электронного маркетинга

1. Контекстная реклама.
2. Медийная реклама.
3. Email маркетинг.
4. Продвижение в социальных сетях.

6. Какие способы получения данных о тенденциях развития Интернета Вы знаете?

7. Что такое SMM стратегия?

План действий, который определяет способы достижения цели и помогает понять, какие шаги предпринять, чтобы добиться максимального эффекта. С помощью плана SMM можно увеличить трафик, повысить узнаваемость компании и лояльность аудитории, стимулировать продажи и т.д.

8. Что такое метрика в smm-стратегии?

Метрики – это показатели эффективности работы, измеряемые в цифрах и отслеживаемые в течение времени. Анализ изменения метрик нужен для того, чтобы видеть приближение поставленной цели бизнеса. Для каждого типа целей существуют свои метрики, которые наиболее эффективно отслеживать.

9. Опишите основные шаги в smm для продвижения товара или услуги в соц сетях.

Шаг 1. Разработка стратегии

Шаг 2. Создание аккаунтов

Шаг 3. Контент

Шаг 4. Работа с подписчиками и репутацией

Шаг 5. Реклама и способы продвижения

Шаг 6. Оценка результатов

10. О каких аналитических сервисах соц сетей Вы узнали?

DataFan, Popsters, Pepper.Ninja, Picalytics, Allsocial, Media-VK.