

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Написать алгоритм исследования профиля целевой аудитории в сети Интернет.
2. Проанализировать факторы использования качественных и количественных методов тестирования рекламы on-line и off-line: провести сравнительный анализ.
3. Провести Web-аналитику сайта с помощью бесплатных сервисов GoogleAdWords и Яндекс. Директ.
4. Осуществить сравнительный анализ возможностей качественных и количественных методов исследования рекламного продукта.
5. Разработать концепцию, создать и опубликовать учебный сайт в сети с помощью одного из Интернет-конструкторов.
6. Зарегистрироваться и получить опыт участия в опросе на онлайн панелях: Анкетка.ру, автоопрос.ру, IT-опрос.ру.
7. Создать группу или мероприятие в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook».
8. Изучить особенности размещения платной рекламы в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook».
9. Провести on-line опросы на маркетинговую тематику в созданных группах в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook».
10. Описать основные характеристики и маркетинговые параметры корпоративного сайта вуза и дать рекомендации по его совершенствованию.
11. Описать основные характеристики и маркетинговые параметры корпоративных групп вуза в социальных сетях «ВКонтакте», «Facebook» и дать рекомендации по их совершенствованию.
12. Презентация проектной разработки программы проведения маркетингового исследования on-line исследования. Исследование может быть как качественным (в формате чата или форума), так и количественным с самостоятельным программированием on-line анкеты, рассылкой приглашений и анализом результатов. Участниками исследования могут быть друзья, знакомые, посетители определенных сайтов или форумов. Для выполнения задания студенты снабжаются необходимым программным и методическим инструментарием. Результаты исследования представляются в форме эссе и устного сообщения на семинаре. Структура эссе может включать в себя:
 - программу исследования (цели и задачи, выборка, инструментарий, описание этапов исследования);
 - основные результаты исследования (процесс проведения исследования и его основные
 - результатов, методическая рефлексия, оценка перспектив применения подобных исследований);
 - заключение (ключевые выводы в краткой форме).