ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

1. Сайты туркомпаний как основа системы коммуникаций в сети Интернет.
2. Принципы и этапы разработки коммерческого сайта.
3. Возможности сайтов в маркетинге.
4. Модели бизнеса. Модели поддержки существующего бизнеса. Модели создания нового бизнеса в сети Интернет.
5. Выбор платформы для поддержки сайта, доменное имя, хостинг.
6. Понятие целевой аудитории посетителей сайта.
7. Бенчмаркетинг при создании коммерческих сайтов.
8. Синхронизация сайта с общей стратегией продвижения бизнеса в сети Интернет.
9. Анализ сайта на предмет соответствия целям и задачам бизнеса.
10. Оптимизация контента сайта под запросы целевых клиентов.
11. Поисковая оптимизация сайта.
12. Принцип подбора ключевых запросов.
13. Внутренняя оптимизация структуры сайта: улучшение сайта (внутренняя перелинковка страниц и т.д.).
14. Расстановка тегов title, description, keywords на страницах сайта.
15. Оптимизация сайта и добавление текстов статей (ключевые слова, уникальный контент).
16. Увеличение ссылочной массы: регистрация в каталогах, пресс-релизы, тематический обмен ссылками, использование социальных сервисов (закладки, новости), покупка ссылок.
17. Оптимизация содержания сайта под социальные сети.
18. Инструменты организации обратной связи с аудиторией сайта.
19. Особенности рекламы в сети Интернет.
20. Виды и средства интернет-рекламы.
21. Выбор рекламных площадок в сети интернет.
22. Ценовые модели размещения рекламы в сети интернет.
23. Подготовка рекламных материалов для размещения в сети Интернет.
24. Размещение рекламы и анализ рекламной статистики.
25. Понятие, технология и эффективность контекстной рекламы.
26. Провайдеры контекстной рекламы. Яндекс. Директ, Рекламная сеть Яндекса, Google AdWords, Google AdSense, Begun, Rorer.
27. Определение целей рекламной кампании и задачи.
28. Определение целевой аудитории посетителей сайта.
29. Предварительный выбор рекламных площадок. Выбор форматов рекламных носителей.
30. Составление медиаплана и оптимизация.
31. Рекламные аукционы. Рекламные агентства.
32. Оценка эффективности проведения рекламной кампании.
33. Виды мероприятий по стимулированию продаж.
34. Связи с общественностью в сети Интернет. Мероприятия для организации связей с общественностью в Интернет. Интернет-брэндинг.

35. Маркетинговая информационная система. Постановка задач и определение целей исследования.
36. Разработка плана маркетингового исследования в сети Интернет.
37. Сбор маркетинговой информации, анализ и представление результатов.
38. Источники вторичных и первичных данных. Методы сбора маркетинговой информации.
39. Поиск информации в Интернет. Информационные ресурсы. Средства и методы поиска маркетинговой информации.
40. Рынок услуг в сети Интернет.
41. Планирование выборки маркетинговой информации.
42. Составление анкет для опросов, площадки в сети Интернет для размещения анкет.
43. Методы идентификации посетителей сайта.
44. Методы получения информации о поведении посетителей сайтов.
45. Использование статистики поставщиков Интернет услуг.
46. Системы CRM. Функции CRM систем и задачи.
47. Функциональные блоки в составе CRM систем.
48. Интернет-посредники. Рекламные посредники.
49. Система распределения в сети Интернет и ее особенности.
50. Интернет для поставщиков и производителей.
51. Интернет для посредников.
52. Основные функции программного обеспечения для Интернет-торговли.
53. Обслуживание клиентов в сети Интернет и обработка заказов.
54. Сбор маркетинговой информации в сети Интернет.
55. Выбор варианта реализации торговли в сети Интернет.
56. Продажа товаров и услуг в сети Интернет, пред- и послепродажный сервисы.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Есаулова, С.П. Информационные технологии в туристической индустрии : учеб. пособие / С. П. Есаулова. – М. : Дашков и К, 2014. – 152 с.
2. Новикова К. В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.-метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева ; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь : [б. и.], 2013. – 78 с.
3. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме. – М.: Альфа-М. Инфа-М. 2012, 336 с. (см. в доп.)
4. Сосновский, О. А. Информационные технологии в туризме : учеб.-практ. пособие / О. А. Сосновский, А. А. Федорович ; Белорус. гос. эконом. ун-т. – Минск : БГЭУ, 2008. – 95 с.
5. Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме : учеб. пособие по дисциплине специализации "Менеджмент организации" / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – 4-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2011. – 104 с.

Дополнительная

6. Капустина, Л. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет / Л. М. Капустина, А. М. Предеин ; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2009. – 136 с.

7. Алексунин, В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. А. Алексунин, В. В. Родигина.– 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2007. – 216 с.

8. Ашманов, И. Продвижение сайта в поисковых системах / И. Ашманов, А. ванов. – М. : Вильямс, 2007. – 304 с.

9. Граничин, О. Н. Информационные технологии в управлении : учеб. пособие / О. Н. Граничин, В.И. Кияев. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2008. – 336 с.

10. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2008. – 184 с.

11. Заика, А. А. Компьютерные сети / А. А. Заика. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2006. – 448 с.

12. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг : учебник / И. В. Успенский. – СПб. : СПГУЭиФ, 2003. – 304 с.