Практичне заняття 14

**Тема: Інтернет-маркетинг**

Перелік тем індивідуальних творчих завдань.

1. Сучасні тенденції розвитку цифрового маркетингу.  
2. Концепція цифрового маркетингу і його практичне значення.  
3. Порівняльний аналіз бізнес-моделей сайтів.  
4. Інтернет-технології маркетингових досліджень (на прикладі).  
5. Інтернет-технології як інструмент кабінетних маркетингових досліджень.   
6. Джерела вторинних маркетингових досліджень.   
7. Використання інтернет-технологій для проведення польових (первинних) маркетингових досліджень.  
8. Інтернет-технології як інструмент опитувань.  
9. Інтернет-ринок і його сегментація.   
10. Специфіка товарної політики на інтернет-ринку.  
11. Переваги і недоліки інтернет-реклами.  
12. Визначення завдання для цифрової комунікації.  
13. Позиція продукту/бренду на ринку, його впізнаванність, дистрибуція. 14. Канали продажів: як ці чинники впливають на комунікаційну стратегію підприємства.   
15. Шлях споживчого рішення (СonsumerDecisionJourney) як основа цифрової стратегії.  
16. Порівняльний аналіз носіїв інтернет-реклами.  
17. Контекстна інтернет-реклама: сутність, особливості розробки та оцінювання результативності.   
18. Сервіси розміщення інтернет-реклами в пошукових системах і на тематичних сайтах.   
19. Особливості розробки та реалізації рекламної інтернет-кампанії.  
20. Комунікативні показники оцінювання результативності інтернет-реклами.   
21. Економічні показники оцінювання результативності інтернет-реклами. 22. Просування інтернет-ресурсу на підставі заходів SEO.  
23. SEO-оптимізація і просування сайту.  
24. Просування інтернет-ресурсу на основі заходів SMO.  
25. Методи стимулювання продажів з використанням цифрових технологій.