

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УО «Белорусский государственный экономический университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по подготовке к тестированию по дисциплине «Интернет-маркетинг»
для студентов заочной формы обучения специальности 1-26 02 03
«Маркетинг»

Минск
2015

Автор: к.э.н., доцент Голик В.С.

Рекомендовано кафедрой маркетинга БГЭУ

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	-4-
Вопросы для подготовки к тестированию	-5-
Указания к выполнению тестовых заданий	-6-
Список литературы	-7-

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Интернет-маркетинг» является одним из инновационных учебных дисциплин формирующих профессиональные знания специалистов по маркетингу.

Тестирование является необходимым дополнением к существующей системе контроля уровня знаний. К достоинствам метода относятся:

- объективность оценки тестирования;
- оперативность и быстрота оценки;
- простота и доступность;
- возможность проведения тестирования и анализа результатов на основании использования программного обеспечения.

В методических рекомендациях по подготовке к тестированию по дисциплине «Интернет-маркетинг» представлен перечень основных вопросов по курсу, необходимых для подготовки к тестированию, указания к выполнению тестов и список литературы.

Тестовые задания по дисциплине «Интернет-маркетинг» наиболее полно отображают ее содержание и ключевые понятия, позволяющие иметь качественную объективную оценку знаний студентов.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию по дисциплине «Интернет-маркетинг» предназначены для студентов заочной формы обучения специальности 1-26 02 03 «Маркетинг».

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ТЕСТИРОВАНИЮ

1. Концепция маркетинга.
2. Комплекс маркетинга.
3. Дифференциация и позиционирование товара (фирмы).
4. Перепозиционирование товара.
5. Интернет-рынок.
6. Концепция интернет-маркетинга.
7. Маркетинговые исследования с использованием интернет-технологий.
8. Рынок. Сегментация рынка. Рыночное окно. Рыночная ниша.
9. Социальные сети.
10. Товарная политика фирмы для интернет-рынка. Ценовая политика фирмы для интернет-рынка.
11. Каналы распределения товаров (услуг) в Интернете.
12. Электронные площадки.
13. Комплекс коммуникационной политики.
14. Контекстная интернет-реклама.
15. Сервисы размещения интернет-рекламы в поисковых системах.
16. Этапы проведения рекламной кампании.
17. Коммуникативные показатели оценки результативности интернет-рекламы.
18. Экономические показатели оценки результативности интернет-рекламы.
19. SEO и SMO.
20. PR мероприятия с использованием интернет-технологий.
21. Доменное имя.
22. Партнерские программы.
23. Использование электронной почты в интернет-маркетинге.
24. Интернет-проект.

УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Содержание тестового задания по дисциплине «Интернет-маркетинг» ориентировано на получение от тестируемого однозначного заключения. Тестовые задания являются прагматически корректными и рассчитаны на оценку уровня учебных достижений студентов по конкретной области знаний.

Количество тестовых заданий для тестируемого составляет 20. Тестируемому дается на их выполнение 20 минут. Ниже представлены примеры тестовых заданий.

1. Интернет-маркетинг – это

- a) маркетинг с использованием интернет-технологий;
- b) интернет-реклама;
- c) интернет-продвижение.

Необходимо выбрать один вариант из представленных выше. Правильным ответом является вариант «а».

2. Первичные маркетинговые исследования - это

- a) полевые;
- b) кабинетные.

Необходимо выбрать один вариант из представленных выше. Правильным ответом является вариант «а».

Правильным ответом являются варианты а, б, в.

В конце выполнения тестового задания показывается процент правильных ответов на вопросы. Тестовое задание считается выполненным, если студент правильно ответил на более чем 70% вопросов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная:

1. Енин, Ю.И. Основы интернет-маркетинга: учебно-методический комплекс / [Ю.И. Енин, В.С. Голик, А.П. Ковалев]. — Минск: МИУ, 2013. — 160 с.
2. Зиссер, Ю.А. Маркетинг on-line: Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Ю.А. Зиссер. — Минск: Изд-во Гревцова, 2007. — 304 с.
3. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич. — Минск: Вышэйшая школа, 2010. — 525 с.

Дополнительная:

4. Данченко, Л. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации / Л. Данченко. — СПб: Питер, 2013. — 288 с.
5. Кокрум, Дж. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты / Дж. Кокрум. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 384 с.
6. Акулич, И.Л. Маркетинг в понятиях и определениях / И.Л. Акулич. — Минск: Издательство Гревцова, 2006. — 250 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Двенадцатое издание / Ф. Котлер. — СПб: Питер, 2011. — 816 с.
8. Мхитарян, С.В. Отраслевой маркетинг / С.В. Мхитарян. — М.: Эксмо, 2006. — 368 с.
9. Акулич, И.Л. Маркетинг взаимоотношений / И.Л. Акулич. — Минск: Вышэйшая школа, 2010. — 256 с.
10. Траут, Дж. Репозиционирование. Бизнес в эпоху конкуренции, перемен и кризиса / Дж. Траут. — СПб.: Питер, 2010. — 256 с.
11. Голик, В.С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе / В.С. Голик. — Минск: Дикта, 2008. — 196 с.