

**Київський університет імені Бориса Грінченка**

**Інститут журналістики**

*Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю*

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ  
з дисципліни «Основи digital-індустрії»**

**Курс III (5 семестр)**

**Спеціальність:** 061 Журналістика

**Освітня програма:** 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

**Структура дисципліни**, відповідно до навчального плану:

- Digital-стратегії та інструментарій (5 кредитів);
- Виробництво та просування контенту (3 кредити)

**Форма проведення:**

1. **Закрите тестування** (30 тестів: Digital-стратегії та інструментарій – 15 тестів; Виробництво та просування контенту – 15 тестів), яке перевіряє знання з теоретичних основ дисципліни та максимально складає 30 балів (1 тест – 1 бал).
2. **Захист комплексного практичного завдання**, яке розроблялося студентами в робочих групах (2-4 ос.) протягом вивчення дисципліни та надається в електронному вигляді у форматі презентації (\*.pdf/\*.ppt) та максимально складає 10 балів.

**Тривалість проведення:**

1. **Закрите тестування** - 30 хвилин.
2. **Захист комплексного практичного завдання** – 7-10 хвили на робочу групу.

**Максимальна кількість балів** - 40 балів, а саме:

- Digital-стратегії та інструментарій (25 балів);
- Виробництво та просування контенту (15 балів).

**Критерії оцінювання:** студент має продемонструвати знання теоретико-методологічних питань дисципліни і надати вірні відповіді на тестові завдання; - представити та захистити авторські ідеї комплексу заходів по просуванню проекту (стартапу) в мережі Інтернет, що складається з: аналізу ЦА; аналізу конкурентів; розробки структури, СЯ та створення відповідного контенту з

належною візуалізацією; комплексу SEO та SMM заходів підпорядкованих логічно-концептуальному алгоритму дій.

### **Орієнтований перелік тематичних питань для тестів:**

#### ***Digital-стратегії та інструментарій***

1. Розкрити вплив цифрових технологій на сучасне суспільство
2. Розкрити поняття соціальний рекрутинг, аутсорсинг, краудсорсинг, фріланс, онлайн освіта
3. Розкрити поняття digital (інтерактивний, цифровий) маркетинг
4. Розкрити поняття канали, технічне забезпечення та інструменти digital маркетингу
5. Розкрити поняття «воронки продажів» та етапи формування лояльності споживача
6. Розкрити поняття CMS (Content Management System)
7. Розкрити поняття CRM (Customer relationship management)
8. Розкрити поняття ERP (Enterprise Resource Planning System)
9. Розкрити поняття конструктор сайту.
10. Етапи еволюції WEB.
11. Етапи еволюції розробки сайтів.
12. Види та структура сайтів.
13. Система доменних імен DNS.
14. Розкрити поняття hosting.
15. Розкрити поняття контент
16. Розкрити поняття SEO.
17. Розкрити поняття SMM.
18. Розкрити поняття семантичне ядро.
19. Розкрити поняття сніпетер.
20. Розкрити поняття landing page.
21. Інструментарій Інтернет аналітики.
22. Розкрити поняття контекстна реклама.
23. Розкрити поняття Direct Mail.
24. Розкрити поняття інтернет торгівельні майданчики.
25. Розкрити поняття тізерна реклама.
26. Розкрити особливості WordPress.
27. Розкрити особливості Joomla.
28. Розкрити особливості Drupal
29. Порівняльний аналіз WordPress, Joomla та Drupal.
30. Порівняльний аналіз CMS та конструкторів сайту.
31. Стратегія реєстрації домену.
32. Стратегія вибору хостингу.
33. Організація контенту в CMS (на прикладі WordPress або ін.)
34. Організація додаткового функціоналу в CMS (на прикл. WordPress та ін.)
35. Особливості формування посадкової сторінки в епоху сайтів 4.0.
36. Аналіз конкурентів.
37. Аналіз семантичного ядра.

38. Особливості формування контенту.
39. Особливості використання візуального контенту.
40. Особливості використання SEO-інструментарію.
41. Особливості формування сніпетрів.
42. Стратегія формування органічного трафіку.
43. Особливості використання Google Trends.
44. Особливості використання Google Analytics.
45. Особливості використання SerpStat.
46. Аналіз digital-інструментарію.

### ***Виробництво та просування контенту***

1. Види контенту.
2. Особливості текстового контенту.
3. Особливості фото контенту.
4. Особливості відео контенту.
5. Карта інформаційних потреб цільової аудиторії.
6. Цінність та унікальність контенту.
7. Структура портрету споживача контенту.
8. Структура статті.
9. SEO копірайтинг.
10. Роль ключових слів у ранжуванні сайту в пошукових мережах.
11. Правила створення гостьового посту.
12. Види новинних текстів.
13. Інфографіка як вид контенту.
14. Етапи виробництва контенту.
15. Контент-стратегія.
16. Використання техніки НЛП в копірайтингу.
17. Особливості організації вебінарів.
18. Особливості просування контенту у соціальних мережах.
19. Системи адміністрування веб-сайтів.
20. Можливості соціальних мереж для розміщення та просування контенту.
21. Ефективність e-mail розсилки.
22. Різновиди макетів для e-mail розсилки.
23. Інтерв'ю як вид контенту.
24. Правила створення інтерв'ю.
25. Блог як площадка для розміщення контенту.

Екзаменатори:

ст. викладач Яремчук О.М.  
викладач Пітцик В.Ю.

Завідувач кафедри:

професор Новохатько Л.М.