

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни «Рекламні та PR технології у Digital просторі»

Курс IV (7 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

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

Спеціалізація: «*Digital продакшн*»

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- Технології у Digital просторі (8 кредитів);
- Web аналітика (4 кредити);
- Мобільний маркетинг (3 кредити).

Форма проведення: іспит складається з двох частин:

- 1) 60 тестів закритого типу, а саме: 25 тестових запитань з дисципліни «Технології у Digital просторі», 25 тестових запитань з дисципліни «Web аналітика» та 10 тестових запитань з дисципліни «Мобільний маркетинг». За кожну правильну відповідь студент максимально може отримати 0,5 бала. Тобто максимально за тестову частину відводиться 30 балів. Тестова частина проходить на платформі ЕНК в оболонці курсу.
- 2) 1 запитання практичного типу, яке студент виконує у письмовій формі з наданням розгорнутої та повної відповіді з практичною розробкою. Максимально можна отримати 10 балів. Відповідь студенти пишуть та здають на платформі ЕНК в оболонці курсу.

Тривалість проведення: Загалом іспит розраховано на 1 годину 40 хв., а саме:

1. Тестова частина - 60 хв.
2. Питання відкритого типу - 40 хв.

Максимальна кількість балів - 40 балів, а саме:

- Технології у Digital просторі (20 балів);
- Web аналітика (10 балів);
- Мобільний маркетинг (10 балів).

Критерії оцінювання: студентам пропонується пройти тест закритого типу, кожна правильна відповідь оцінюється в 0,5 балів, тест містить запитання з однією правильною відповіддю. Даючи відповідь на відкрите запитання студент має продемонструвати знання засвоєні з блоків: «Технології у Digital просторі», «Web аналітика», «Мобільний маркетинг» та вміти комплексно підходити до поставленої задачі: володіти навичками аналізу, моніторингу, підбиття підсумків. Оцінюється застосування студентом на практиці отриманих знань та вмінь протягом учбового курсу.

Орієнтований перелік тематичних питань для тестів:

Технології у Digital просторі

1. Надати визначення інтерактивна реклама.
2. Виявити, на яких платформах зазвичай доцільно розміщувати інтерактивну рекламу.
3. Охарактеризувати головну мету інтерактивної реклами.
4. Які базові онлайн формати вірусної реклами можна виділити.
5. Зазначити основні принципи створення вірусного контенту
6. Описати послідовність розробки вірусної реклами
7. Перерахувати та надати коротку характеристику етапів, що входять у стратегію розсилки email.
8. Визначити які види розсилок бувають.
9. Виявити послідовну структуру та побудову email листів.
10. Визначити структуру рекламного кабінету ФБ.
11. Описати логіку побудови цілей в РК FB.
12. Надати головні принципи роботи та налаштування реклами у ADS менеджері
13. Перерахувати фактори, що допомагають обрати блогера для співпраці
14. Зазначити помилки при запуску реклами у блогера і виявлення її неефективною.
15. На що треба звернути увагу перед пропозицією співпраці блогеру
16. Надати визначення омніканального маркетингу
17. Охарактеризувати класифікацію етапів 5A
18. Визначити поняття гейміфікації.
19. Описати роль гейміфікації у бізнесі
20. Визначить дії, до яких треба спонукати клієнтів на етапі формування мети стратегії з гейміфікації.
21. Опишіть принцип вибудови рівнів в проекті гейміфікації
22. Які переваги використання гейміфікація створює для у просуванні товарів або послуг.
23. Розкрити термін «групи впливу в інтернеті»
24. Перерахувати типи воронок продажів
25. Надати роз'яснення, що включає в себе цифрова антропологія

Web аналітика

1. Що таке web аналітика

2. Показники ефективності web аналітики
3. Інструменти для аналізу веб трафіка
4. Аналіз цільової аудиторії у digital середовищі
5. Канали трафіку у мережі інтернет
6. Визначення поняття карта кліків та теплова карта
7. Принцип роботи Google Analytics
8. Поняття Cookie файлів
9. Основні метрики, що застосовуються у web-аналітиці
10. Поняття воронки продажів.
11. Основні етапи конверсії
12. Визначення ключових KPI проекту
13. Функціонал роботи сервісів Ahrefs. Semilar Web
14. Основні вимоги до UTM-міток
15. Сервіси для створення UTM- міток
16. Аналіз трафіку з різних джерел
17. Застосування CRM у наскрізній аналітиці
18. Фільтри Google Analytics
19. Цілі Google Analytics
20. Основні звіти Google аналітики
21. Поняття показника відмов та глибини перегляду сайту
22. Сервіси для візуалізації даних. Принцип роботи
23. Основні правила та функції ремаркетингу
24. Вимоги до адаптивності і швидкості завантаження ресурсів
25. Основні поняття ефективності у мобільному маркетингу

Мобільний маркетинг

1. Зіставити законодавчу базу різних країн щодо питання використання смс-розсилок.
2. Надати визначення поняттю «мобільний маркетинг»
3. Окреслити основні переваги використання мобільного маркетингу для просування.
4. Які критерії важливі для сучасного мобільного користувача при контактуванні з контентом
5. Перерахувати найбільш розповсюджені види областей у мобільному маркетингу
6. Надати визначення та описати області використання геомаркетинга.
7. Надати визначення та описати області використання геофенсінга.
8. Надати визначення та описати області використання геотаргетингу.
9. Надати визначення та описати області використання геозонування.
10. Виявити види банерів у мобільному маркетингу.
11. Розкрити переваги використання мобільних додатків у бізнесі
12. Перерахувати види мобільних додатків
13. Зазначити етапи просування в соціальній мережі ТікТок
14. Описати популярні види контенту у соцмережі ТікТок

15. Охарактеризувати особливості аналітики у ТікТок
16. Визначить, які маркетингові завдання вирішують месенджери
17. Які особливості роботи з розсилками у сучасних месенджерах
18. Надати визначення терміну «автоворонка продажів» з точки зору мобільного маркетингу
19. Надати етапи створення автоматизованої стратегії розсилок через месенджери
20. Визначить поняття «дизайн великого пальця»
21. Розкрити етапи роботи над user-flow
22. Розкрити етапи роботи над wireframes
23. Розкрити етапи роботи над mock-up
24. Розкрити етапи роботи над пошуком та підбором кольорової палітри та петтернів
25. Наведіть специфічні вимоги роботи в месенджерах

Екзаменатор:

викладач Пітцик В.Ю.

Завідувач кафедри:

професор Новохатько Л.М.