Вопросы программы

1. Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
2. Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
3. Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
4. Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
5. Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин
6. Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта
7. Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы)
8. Аудит веб-сайтов конкурентов
9. Инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
10. Проведение исследований веб-сайтов конкурентов
11. Основные поведенческие факторы
12. Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
13. Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте
14. Анализ поведения посетителей веб-сайта
15. Методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта
16. Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
17. Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
18. Алгоритмы формирования потребительского спроса
19. Инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса
20. Составление алгоритмов анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
21. Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
22. Анализ тенденции изменения спроса
23. Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
24. Система инструментов интернет-маркетинга
25. Проектирование веб-сайтов
26. Основы веб-дизайна
27. Основы гипертекстовой разметки
28. Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин
29. Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем
30. Особенности функционирования современных социальных медиа
31. Составление системы показателей эффективности продвижения
32. Анализ соответствия выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации
33. Обоснование выбора каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке
34. Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
35. Разработка показателей эффективности продвижения в информационно- телекоммуникационной сети "Интернет"
36. Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
37. Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
38. Особенности функционирования современных веб-аналитических систем
39. Интерпретация показателей количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт
40. Составление документации по проведенному анализу трафика на веб-сайт
41. Составление алгоритмов улучшения качественных показателей трафика
42. Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт
43. Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт
44. Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт