

Въпросник за държавен изпит
Специалност „Дигитален маркетинг“, ОКС „Магистър“

1. Основни понятия, цели и инструменти на дигиталния маркетинг. Разлика между традиционен и дигитален маркетинг. Основни дигитални канали и тяхната роля в маркетинговата стратегия.
2. Стратегии за създаване на ангажиращо съдържание. Видове съдържание и формати за различни дигитални канали. Метрики за оценка на ефективността на съдържанието.
3. Видове имейл кампании и техните цели. Инструменти за автоматизация и персонализация в имейл маркетинга.
4. Стратегии за изграждане на присъствие в социалните медии. Работа с инфлуенсъри и генерирано от потребителите съдържание.
5. Основни принципи на оптимизация за търсещи машини (SEO). Разлика между органично и платено търсене (PPC). Инструменти за анализ и управление на SEM кампании.
6. Връзка между UX дизайн и потребителско поведение. Принципи на дигитален мърчандайзинг в онлайн среда.
7. Структура и етапи на дигитална кампания. Определяне на целеви аудитории и персонализация. Интегриране на различни канали и оптимизация на бюджета.
8. Стратегически маркетинг – същност и връзка с корпоративната стратегия. Сегментиране, таргетиране и позициониране – стратегически решения. Стратегии за навлизане и развитие на пазара.
9. Видове онлайн общности и техните характеристики. Стратегии за управление на електронни общества. Управление на онлайн репутация и кризи.
10. Инструменти за графичен и видео дизайн в дигиталния маркетинг. Избор на платформи и формати за визуална реклама. Анализ на ангажираността чрез визуално съдържание.
11. Основни принципи на копирайтинга за дигитални платформи. Тон на комуникация и стил спрямо аудиторията. Оптимизация на текстове за SEO и СТА ефективност.
12. Изграждане и поддържане на дигитален бранд. Визуална идентичност и тон на гласа в онлайн среда. Управление на онлайн репутация и отзиви.
13. Видове CMS и тяхното приложение в маркетинга. Работа с платформи като WordPress, Wix и Shopify. Поддръжка на съдържание и SEO оптимизация през CMS.
14. Видове и методи за провеждане на онлайн проучвания. Инструменти за събиране и анализ на данни. Интерпретация на резултатите за стратегически цели.

15. Интеракция с потребителите чрез чатботи и съобщения. Приложения на AI и автоматизация в разговорния маркетинг. Повишаване на потребителската ангажираност чрез персонализирана комуникация.

16. Модели на поведение на онлайн потребителя. Фактори, влияещи върху решенията за покупка в интернет. Поведение след покупка и изграждане на лоялност.

17. Основни функции и ползи от CRM системите. Използване на CRM в дигиталния маркетинг. Персонализация и автоматизация чрез CRM.

18. Етика и поведение в дигитална среда. Основни правила за комуникация в онлайн общности. Управление на конфликтни ситуации в интернет.

19. Бизнес модели и платформи за електронна търговия. Платежни системи и сигурност на данните. Логистика и обслужване на клиенти в e-commerce.

20. Етапи на създаване на дигитален стартър.