

**РАСПИСАНИЕ ЗАНЯТИЙ**

программы курса "Интернет-маркетинг"

Международной Высшей Школы Бренд-менеджмента и Маркетинга

С 17 апреля по 31 мая 2018г.

Дата	Время начала и окончания занятий	Наименование дисциплины (темы)	Преподаватель
17.04	19:00 – 22:00	Введение в цифровой маркетинг	Святская Стелла
18.04	19:00 – 22:00	SEO-оптимизация	Апухтин Дмитрий
19.04	19:00 – 22:00		
23.04	19:00 – 22:00	Контекстная реклама	Барченков Иван
24.04	19:00 – 22:00		
16.05	19:00 – 22:00	SMM	Куприянова Елена
17.05	19:00 – 22:00		
23.05	19:00 – 22:00	Аналитика	Рудаков Олег
24.05	19:00 – 22:00		
31.05	19:00 – 21:00	Защита проектов	

Модули курса «Интернет-маркетинг»

Введение в цифровой маркетинг

Модуль “Введение в digital” раскрывает возможности и специфику digital как ключевого элемента маркетинговой стратегии любой организации. Вы узнаете основные концепции и принципы digital маркетинга. Вы поймете, чем маркетинг в Digital отличается от традиционного маркетинга. Этот модуль также познакомит Вас с методами Digital Marketing Institute и логикой построения всего курса по Digital маркетингу.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

- Общее представление о маркетинге в digital среде
- Преимущества digital маркетинга для компаний
- Ключевые принципы digital маркетинга
- Digital маркетинг в сравнении с традиционным маркетингом
- Метод Digital Marketing Institute Method
- Обзор курса Digital Marketing

Поисковое продвижение (SEO)

Модуль SEO предназначен для тех, кто хочет знать и понимать основные принципы и методы поискового продвижения - самого сложного и при этом очень эффективного направления интернет-рекламы. В рамках модуля вы узнаете о:

- принципах работы поисковых систем Яндекс и Google,
- факторах, которые влияют на позиции сайта в выдаче (внутренних, внешних, поведенческих);
- методах и приемах, которые позволяют продвинуть сайт (технической оптимизации, работе с контентом, ссылками);
- инструментарию для оценки результатов продвижения, выявления проблем с сайтом и анализа конкурентов.

Полученные знания позволят вам:

- лучше понять потенциал поискового продвижения как инструмента привлечения клиентов на ваш сайт;
- общаться на одном языке с подрядчиками, которые занимаются поисковой оптимизацией вашего сайта, правильно ставить им цели и эффективно контролировать их работу.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

- Что такое поисковое продвижение
- Преимущества и недостатки поискового продвижения по сравнению с другими видами интернет-рекламы
- Принципы работы поисковых систем Яндекс и Google
- Постановка целей и прогнозирование прибыли от продвижения
- Подбор семантического ядра (поисковых запросов)
- Техническая оптимизация
- Оптимизация контента (текст, изображения)
- Улучшение функциональных элементов сайта (каталоги, формы, калькуляторы, конфигураторы и пр.)
- Работа со ссылками
- Инструменты для вебмастеров
- Инструменты для поиска проблем сайта
- Инструменты для анализа сайтов конкурентов
- Законы и правила

Контекстная реклама (PPC)

Модуль Pay Per Click (контекстная реклама) демонстрирует, как осуществлять и управлять поисковыми рекламными кампаниями. Занятия охватят основные понятия и термины, используемые в области PPC, и вооружат вас техническими знаниями и навыками для построения и поддержания эффективной стратегии. Вы поймете основные принципы поискового маркетинга и по достоинству оцените способ функционирования PPC систем. Студенты получат навыки анализа и выбора ключевых слов и научатся применять их в рекламных кампаниях. Вы сможете анализировать текущую поисковую маркетинговую деятельность и нацелить Вашу кампанию на основную аудиторию для повышения эффективного коэффициента кликабельности. Вы узнаете особенности создания сильных рекламных текстов и улучшите свои навыки написания убедительных рекламных объявлений. Научитесь устанавливать бюджеты для рекламных кампаний и управлять ими, измерять и анализировать их эффективность, изучая подробные управленческие отчеты кампании, чтобы увидеть, насколько они соответствуют установленным базовым ожиданиям. Также вы будете в курсе актуальных вопросов защиты данных и конфиденциальности, связанных с PPC.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Понятия контекстной рекламы
- Формирование бюджетов
- Ценность контекстной рекламы
- Планирование
- Подбор ключевых слов
- Контекстно-медийная сеть
- Google AdWords
- Яндекс.Директ
- Управление кампаниями
- Отслеживание конверсии
- Выбор ключевых слов
- Показатели конверсии: CPA, CTR

- Торги
- Целевая страница
- Анализ статистики
- Виды таргетирования
- Законы и Правила размещения, модерация

Social Media Marketing (Часть 1)

Первый модуль Social Media Marketing позволяет эффективно взаимодействовать с клиентами на различных социальных медиа-платформах. Вы по достоинству оцените новые тенденции и возможности в социальном медиа-пространстве. Вы поймете, как разделять социальные сети в зависимости от Ваших целей и задач. Вы сможете расставлять приоритеты для своих целей, а также распознавать стили общения в социальных медиа, которые применяются для разных аудиторий. Этот модуль охватывает ключевые понятия и термины, используемые в социальных медиа, кроме того, вы сможете настраивать учетные записи большинства социальных медиа, а также узнавать о новых социальных платформах.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

- Понятие SMM
- Нетворкинг
- Компоновка целей и приоритетов
- Корпоративная страница в LinkedIn
- Настройка Facebook
- Настройка Google +
- Настройка Twitter
- Настройка LinkedIn
- Настройка YouTube
- Настройка VK.com
- Правила и рекомендации

Social Media Marketing (Часть 2)

Во втором модуле Social Media Marketing Вы узнаете, как использовать функции рекламы, чтобы построить и поддерживать отношения с клиентами. Вы сможете использовать расширенные функции, такие как события, группы, рекламные акции и приложения. Также вы сможете внедрять социальные плагины и интегрировать сторонние приложения. Вы узнаете, как установить цели для выбранных вами социальных сетей, а также как создавать и управлять графиком и бюджетом своей кампании. Сможете, используя аналитику, точно измерить эффективность своих рекламных кампаний и оценить информацию о расходах по сравнению с базовыми ожиданиями. Наконец, вы будете в курсе конфиденциальности и защиты данных, связанных с социальными сетями.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

- Планирование и обеспечение
- Перспективы SMM
- Приложения и плагины
- Шкала оценки качества
- Page Insights
- Landing Pages
- Продвижение в Facebook
- Поиск работы в LinkedIn
- Ценообразование
- Реклама в LinkedIn, Fb, Vk
- Продвижение постов
- Продвижение мероприятий
- Продвижение VK
- Отслеживание мероприятий
- Измерение KPI
- Аналитика
- Спонсирование историй
- Отчеты
- Цели и таретинг
- Правила и рекомендации

Аналитика

Модуль Аналитики позволяет в полной мере оценивать, контролировать и оптимизировать вашу деятельность в digital-маркетинге. Вы узнаете, как создать онлайн-структуру отчетности для вашего бизнеса, и изучите ряд специальных инструментов, которые помогут вам понять, как измерять и контролировать интернет-трафик. Вы поймете обоснованность и коммерческую выгоду принятия аналитической программы, узнаете, как настроить учетные записи и профили для применения систем аналитического отслеживания Вашего сайта. Узнаете способы использования возможностей Google Analytics и Яндекс.Метрики для разработки подробного профиля местоположения, демографии, технологий, средств, интересов и т.д. вашей целевой аудитории. Изучите, как оценить скорость загрузки вашего сайта, и как измерить уровень взаимодействия пользователя на вашем сайте. Вы научитесь создавать и планировать отчеты в реальном времени. Вы изучите основные инструменты Яндекс.Метрики и получите практические навыки работы в этой системе. Как и в случае с другими модулями, Вы узнаете о вопросах защиты данных и обеспечения конфиденциальности, связанных с веб-аналитикой.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

- Понятие аналитики
- Планирование
- Настройка целей
- Показатель отказов
- Настройка учетной записи
- Скорость сайта
- Код аналитики
- Поиск по сайту
- Профили аналитики
- Мероприятия
- Воронка целей
- Конверсии
- Аудитория
- eCommerce
- Личный кабинет
- Отчеты
- Технологии
- Отчеты в реальном времени
- Реклама
- Сбор информации
- Кампании Adwords
- Индивидуальные отчеты
- Источники трафика
- Правила и рекомендации
- Инструменты
- Яндекс.Метрики
- Яндекс.Метрика 2.0

Модули, которые Вы можете прослушать дополнительно (не входят в программу курса «Интернет-маркетинг»)

Цена одного модуля – 9000 рублей

E-mail маркетинг

Модуль охватывает четыре основополагающих аспекта e-mail маркетинга: работа с базой данных, создание писем, организация рассылки и отчетность. Вы узнаете, как формировать и управлять базой подписчиков, познакомитесь с технологическими платформами для поддержки e-mail маркетинга. Вы поймете, как проводить сегментацию базы подписчиков, на что нужно обращать внимание при разработке дизайна и содержания писем. Вы узнаете, что включает в себя сплит-тестирование и какие ключевые показатели нужно отслеживать при оценке эффективности Ваших кампаний, в том числе открытие писем, коэффициент кликабельности, конверсии и отказы от подписки.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Понятие Email Marketing
- Стадии кампании
- On-line подготовка данных
- Offline подготовка данных
- Сегментация
- Дизайн письма
- Поведение и особенности получателя
- Копия писем
- Структура письма
- Доставка почты
- Сервисы рассылок
- Фильтры
- Планирование
- Измерение
- Ключевые обозначения и показатели
- Сплит-тестирование
- Правила и рекомендации

Медийная реклама

Вы получите всестороннее понимание процесса создания и размещения медийной рекламы на различных дисплеях, изучая широкий диапазон форматов отображения рекламы и способы выбора наиболее подходящего рекламного формата для целевой аудитории вашей компании. Вы узнаете, как и для чего использовать такие показатели, как CPM, CPC, CPL и CPA. Вы также узнаете, как использовать процесс медиа-планирования для получения максимально возможной прибыли от ваших рекламных усилий.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Понятие медийной рекламы
- Преимущества медийной рекламы
- Трудности медийной рекламы
- Ценность для бизнеса
- Этапы кампании
- Планирование кампании
- Цели кампании
- Бюджет кампании
- Таргетинг
- Рекламные форматы
- Креативные форматы
- Запуск эффективных объявлений
- Отслеживание кампании
- Особенности объявлений
- Оптимизация кампании
- Частота объявлений
- Правила и рекомендации

Мобильный маркетинг

Модуль Мобильный Маркетинг фокусируется на использовании мобильных технологий как на способе получения доступа к огромной и постоянно растущей аудитории пользователей. Вы узнаете новые тенденции и возможности при взаимодействии с конкретными аудиториями в зависимости от обстоятельств и местоположения. Этот модуль даст вам технические знания и навыки для создания и поддержки эффективной мобильной маркетинговой стратегии. Вы научитесь проводить эффективные SMS и медийные мобильные кампании, изучите такие технологии, как NFC, разберетесь в целях мобильных сайтов и приложений. А так же сможете применять наш шестиэтапный процесс проектирования и развития эффективных мобильных приложений и поймете, как мобильный маркетинг интегрируется в социальные медиа. Модуль также охватывает вопросы защиты данных и конфиденциальности, связанные с мобильным маркетингом.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Понятие мобильного маркетинга
- Основные мобильные тренды
- Возможности и риски
- QR коды
- Мобильные устройства
- Мобильные купоны и билеты
- SMS сообщения
- Реализация
- Стратегия
- Мобильная реклама
- Маркетинговые цели
- Оптимизация сайта
- Проверка и тестирование
- Мобильные приложения
- Направления развития

- Показатели эффективных приложений
- Social Media Channels
- 6-ти ступенчатый процесс для мобильных приложений
- Правила и рекомендации

Стратегическое планирование в digital

Модуль “Стратегическое планирование в digital” обеспечивает структурированный подход к объединению всех составляющих digital-маркетинга. Модуль Стратегии и Планирования даст Вам навыки для создания digital маркетинг-плана для Вашей организации, в основе которого будет лежать эффективная стратегия digital маркетинга. Этот модуль основан на методологии Digital Marketing Institute и включает в себя три ключевых блока. Первая часть включает анализ ситуации, процесс сбора информации и определение аудитории. Вторая часть посвящена формулировке четких и содержательных задач, выбору digital каналов, формированию плана действий и бюджета Третья часть подчеркивает важность процесса мониторинга, анализа и постоянной оптимизации стратегического подхода.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

- Понятие стратегии и планирования в digital
- Анализ ситуации
- Сбор информации
- Целевая аудитория
- Постановка целей
- Инструменты digital маркетинга
- План действий, Определение бюджета
- Измерение и оценка эффективности
- Оптимизация и развитие digital стратегии