

ЛЕКЦИЯ 1: ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ B2B. ОСНОВЫ

Преподаватель:
Константин Рудов

- Главные задачи интернет-маркетолога в B2B.
- Подходящие направления интернет-маркетинга.
- Терминология.
- Кейсы из нашей практики.
- Предварительный разбор домашнего задания.

ЛЕКЦИЯ 4: ВЫЯВЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПРОЕКТА

Преподаватель:
Елена Захарова

- Каковы особенности ЦА в сегменте b2b.
- Как понять, кто ваша ЦА?
- По каким критериям ее можно рассматривать.
- Сегментация и портреты.
- Как использовать собранную информацию.

ЛЕКЦИЯ 2: ПОСТАНОВКА И ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ ПРОЕКТА В СИСТЕМАХ АНАЛИТИКИ

Преподаватель:
Алена Постоляко

- Что такое цели.
- Для чего они нужны.
- Какими бывают.
- Как их устанавливать.
- Как отслеживать.
- Воронка продаж с помощью составных целей.

ЛЕКЦИЯ 5: АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Преподаватель:
Константин Ивлев

- Что возможно и что невозможно узнать при анализе конкурентной среды.
- Анализ рынка: что в него входит, методика проведения.
- Позиционирование конкурента.
- Что используют, и что не используют конкуренты.

ЛЕКЦИЯ 3: ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БИЗНЕСА И ФОРМИРОВАНИЕ УТП

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Что такое позиционирование.
- Ищем УТП.
- Выявляем потребительские инсайты.
- Составляем бренд-месседж.
- Определяем характер бренда.
- Выбираем стиль коммуникации.
- Работаем с репутацией бренда.

ЛЕКЦИЯ 6: СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА ДЛЯ САЙТА

Преподаватель:
Константин Рудов

- Общие критерии проверки качества контента.
- Разделы сайта и задачи контента для них.
- Виды контента.
- Добавочная ценность и как ее создать.
- Как писать заголовки и анонсы.
- Как составить ТЗ на контент.

ЛЕКЦИЯ 7: ОСНОВЫ ВНУТРЕННЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Преподаватель:
Александр Белов

- Обзор блоки оптимизаций.
- Оптимизация URL.
- Оптимизация сквозных блоков.
- Title.
- Description.
- Заголовки H1 – H6.
- Тексты.
- Перелинковка.
- Что нельзя делать при внутренней оптимизации.
- Что нужно делать при внутренней оптимизации.

ЛЕКЦИЯ 8: КОНТЕКСТНАЯ И МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА

Преподаватель:
Ольга Горшкова

- Какие проблемы бизнеса помогает решить контекстная и медийная реклама.
- Основные типы рекламы в «Яндекс.Директ» и Google.Рекламе.
- Контекстная реклама – первый шаг: сбор семантики и ее обработка.
- Уточняем ключевые запросы с помощью операторов.
- ЯндексДирект – создаем первую кампанию на поиске. Как создать «работающее» объявление?
- Создание компаний в Google.Рекламе – отличия от «Директа» и перенос кампаний из «Директа».

ЛЕКЦИЯ 9: EMAIL-МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ B2C

Преподаватель:
Мария Волчкова

- Как собрать базу? Разберем примеры разных форм захвата подписчиков.
- Какие типы рассылок использовать для B2B?
- Что писать и как? Разберем структуру письма.
- Как оценить эффективность рассылки?
- Как отправлять письма? Специализированные сервисы и другие способы отправки.

ЛЕКЦИЯ 10: ЛИНКБИЛДИНГ И РАБОТА С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

Преподаватель:
Иван Смирнов

- История внешней оптимизации.
- Понятие, виды и характеристики ссылок.
- Линкбилдинг.
- Ссылочные стратегии.
- Требования к ссылкам.
- Определение качества ссылок.
- Факторы влияющие на качество ссылок.
- Ссылочные алгоритмы.
- Подбор и адаптация страниц для внешней оптимизации.
- Обзор полезных сервисов для работы с ссылочным профилем.
- Практическая работа по выбору донора.

ЛЕКЦИЯ 11: СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: КАКИЕ КАНАЛЫ И ФОРМАТЫ ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Зачем нужны соцсети?
- Как выбрать соцсети для вашего бизнеса?
- Пройдемся по самым популярным соцсетям.
- Контент-план и медиаплан.
- Что еще, кроме контента?

ЛЕКЦИЯ 12: ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

Преподаватель:
Владимир Смирнов

- Рекламные кабинеты VK, Facebook, Instagram, MyTarget.
- Основные цели рекламных кампаний.
- Целевая аудитория.
- Форматы рекламных объявлений и формулы для «продающего текста».
- Сервисы аналитики рекламной кампании.
- Чек-лист рекламодателя при запуске рекламы.

ЛЕКЦИЯ 13: АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ САЙТА И ПОДВОДНЫЕ КАМНИ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С ПОДРЯДЧИКАМИ

Преподаватель:
Евгений Брыксин

- Общая информация о сайтах.
- Типы сайтов.
- Задачи сайта по типам.
- Этапы разработки сайта.
- Что входит в каждый этап разработки.
- Взаимодействие с заказчиками.

ЛЕКЦИЯ 14: ОСНОВЫ ЮЗАБИЛИТИ

Преподаватель:
Артем Алейник

- Вводная часть (исторический экскурс и функциональный дизайн).
- Научные исследования.
- Аналитика.
- Кейс (пример проведения работ с показателями).
- Инструменты проектирования.
- Заключение.
- Домашнее задание.

ЛЕКЦИЯ 15: РАБОТА С АУДИТОРИЕЙ

Преподаватель:
Мария Волчкова

- Разбираемся в аббревиатурах. ORM, SERM, HM.
- Типы негатива и как с ними работать.
- Основные правила общения с аудиторией.
- Как отслеживать упоминания о бренде?

ЛЕКЦИЯ 16: ОТСЛЕЖИВАНИЕ И АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ СТРАТЕГИИ

Преподаватель:
Юлия Блынская

- Пример маркетингового отчета.
- Что дает веб-аналитика маркетологу.
- Основные отчеты «Яндекс.Метрики»: общий трафик, источники трафика, поисковый трафик, страницы в поиске, брендированные запросы, страницы входа, поисковые запросы, конверсии, электронная коммерция.
- Несколько сценариев развития проекта.

ПО ОКОНЧАНИИ КУРСА ОБУЧЕНИЯ:



Итоговый
тест



Получение
диплома