

ЛЕКЦИЯ 1: ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ В2С. ОСНОВЫ

Преподаватель:
Константин Рудов

- Главные задачи интернет-маркетолога в В2С.
- Подходящие направления интернет-маркетинга.
- Терминология.
- Кейсы из нашей практики.
- Предварительный разбор домашнего задания.

ЛЕКЦИЯ 2: ПОСТАНОВКА И ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ ПРОЕКТА В СИСТЕМАХ АНАЛИТИКИ

Преподаватель:
Алёна Постоляко

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

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 4: ВЫЯВЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПРОЕКТА

Преподаватель:
Елена Захарова

- Как понять, кто ваша ЦА?
- По каким критериям ее можно делить.
- Сегментация и портреты.
- Как использовать собранную информацию.

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 6: ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА С ПОМОЩЬЮ ВЕДЕНИЯ БЛОГА

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: 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 8: EMAIL-МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ В2С

Преподаватель:
Мария Волчкова

- Как собрать базу? Разберем примеры разных форм захвата подписчиков.
- Какие типы рассылок использовать для В2С?
- Что писать и как? Разберем структуру письма.
- Как оценить эффективность рассылки?

ЛЕКЦИЯ 9: СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: FACEBOOK, INSTAGRAM, TELEGRAM

Преподаватель:
Фомина Анастасия

- Как понять, что ваша ЦА есть в этих соцсетях.
- Мифы о Facebook, Instagram, Telegram.
- Пройдемся по самым популярным форматам контента.
- Дополнительные инструменты продвижения.

ЛЕКЦИЯ 10: СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: «ВКОНТАКТЕ», «ОДНОКЛАССНИКИ»

Преподаватель:
Волкова Лариса

- Ищем свою ЦА.
- Как продвигаться в этих соцсетях.
- Самые популярные форматы контента.
- Инструменты.

ЛЕКЦИЯ 11: ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

Преподаватель:
Владимир Смирнов

- Рекламные кабинеты ВК, 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 12: РАБОТА С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

Преподаватель:
Лариса Волкова

- Кто такие лидеры мнений.
- Чем они полезны бизнесу.
- Как с ними работать.
- Как найти эффективный канал.

ЛЕКЦИЯ 13: ПОСАДОЧНЫЕ СТРАНИЦЫ, КАК РАЗРАБАТЫВАТЬ И ЧТО НУЖНО УЧЕСТЬ ПРИ РАЗРАБОТКЕ

Преподаватель:
Артем Алейник

- Что такое лендинг.
- Как должен выглядеть лендинг.
- Выбор реализации.
- Live-сборка.

ЛЕКЦИЯ 14: РАБОТА С АУДИТОРИЕЙ. КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

Преподаватель:
Мария Капустина

- Разбираемся в аббревиатурах. ORM, SERM, НМ.
- Типы негатива и как с ними работать.
- Основные правила общения с аудиторией.
- Как отслеживать упоминания бренда.

ЛЕКЦИЯ 15: 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