

ПРОГРАММА ОНЛАЙН-КУРСА «ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГ»

ЛЕКЦИЯ 1: ВВЕДЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Преподаватель:
Тимур Фехрайдинов

- Маркетинг и интернет-маркетинг: в чем разница?
- Примеры партизанского маркетинга.
- Главные задачи интернет-маркетолога.
- Чем занимается интернет-маркетолог.
- Почему эта профессия такая перспективная?
- Разбор основных терминов.
- Кейсы из нашей практики.

ЛЕКЦИЯ 2: РАБОТА С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Что такое «целевая аудитория» и зачем ее анализировать.
- Сегментация и анализ целевой аудитории.
- Как составить портрет целевой аудитории.
- Как использовать понимание ЦА на практике.
- Качества успешного интернет-маркетолога.

ЛЕКЦИЯ 3: АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Преподаватель:
Константин Ивлев

- Как выявить конкурентов.
- Зачем анализировать работу конкурентов.
- Методы анализа конкурентов.
- Анализ контента конкурентов.

ЛЕКЦИЯ 4: ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Что такое позиционирование?
- Создание УТП.
- Выявление потребительских инсайтов.
- Составление бренд-месседжа.
- Определение характера бренда.
- Выбор стиля коммуникации.
- Работа с репутацией бренда.

ЛЕКЦИЯ 5: CRM НА СЛУЖБЕ МАРКЕТИНГА

Преподаватель:
Ольга Безматерных

- Что такое CRM?
- Какие CRM системы бывают?
- CRM-маркетинг.
- Возможности Битрикс24.
- Возможности AmoCRM.

ЛЕКЦИЯ 6: ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

Преподаватель:
Юлия Блынская

- Главная задача поисковых систем.
- Индексация в поисковых системах.
- Понятие релевантности.
- Как работает поиск Яндекса.
- Как работает поиск Google.
- Факторы ранжирования.
- Фильтры поисковых систем.
- Какие показатели сайта отслеживать.

ЛЕКЦИЯ 7: РАБОТА С СЕМАНТИЧЕСКИМ ЯДРОМ

Преподаватель:
Иван Смирнов

- Что такое семантическое ядро.
- Виды поисковых запросов.
- Как собирать семантическое ядро.
- Кластеризация поисковых запросов.

ЛЕКЦИЯ 8: 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 9: ОСНОВЫ ВНЕШНЕЙ ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА

Преподаватель:
Иван Смирнов

- О внешних ссылках - виды, характеристики.
- Правильный линкбилдинг.
- Ссылочные стратегии.
- Качество ссылки.
- Требования к ссылкам.
- Факторы влияния на качество ссылок.
- Ссылочные алгоритмы.
- Как выбрать донора.

ЛЕКЦИЯ 10: ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Преподаватель:
Константин Ивлев

- Интернет-маркетинговая стратегия и контент-маркетинговая стратегия.
- На какие вопросы отвечает ИМС.
- Цели и задачи проекта.
- Анализ целевой аудитории.
- Где, что и как писать.
- Как управлять репутацией.

ЛЕКЦИЯ 11: СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА ДЛЯ САЙТА

Преподаватель:
Тимур Фехрайдинов

- 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 12: СОЗДАНИЕ И ВЕДЕНИЕ СООБЩЕСТВ В СОЦСЕТЯХ

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Зачем нужны соцсети.
- Как выбрать соцсети для вашего бизнеса.
- Обзор FB, Vkontakte, Instagram, OK.
- Контент-план и медиаплан.
- Что еще, кроме контента.

ЛЕКЦИЯ 13: ВИДЕОМАРКЕТИНГ

Преподаватель:
Тимур Фехрайдинов

- Зачем бизнесу видеомаркетинг.
- Разбор главных площадок для распространения видеоконтента.
- Типы видеоконтента: удачные и неудачные форматы.
- Сценарий: всегда ли он нужен.
- Фишки оптимизации видео под разные площадки.

ЛЕКЦИЯ 14: ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Преподаватель:
Владимир Смирнов

- Рекламные кабинеты Vkontakte, 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 15: EMAIL-МАРКЕТИНГ

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Как собрать базу.
- Какие типы рассылок использовать.
- Что и как писать в email-письмах.
- Как оценить эффективность рассылки.
- Правила отправки писем.

ЛЕКЦИЯ 16: АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ САЙТА С НУЛЯ

Преподаватель:
Евгений Брыксин

- Какие бывают сайты и в чем их различия.
- Этапы разработки сайта.
- Анализ конкурентов.
- Разработка структуры будущего сайта.
- Сбор семантического ядра и создание карты релевантности.
- Прототипирование на основе собранной структуры.
- Разработка дизайн-макета.
- Верстка.
- Программирование.
- Покупка домена и хостинга и размещение сайта на хостинге.
- Как понять, что сайт готов.
- Техническая поддержка сайта после релиза.

ЛЕКЦИЯ 17: ОСНОВЫ ЮЗАБИЛИТИ

Преподаватель:
Артем Алейник

- Функциональный дизайн.
- Как не надо делать.
- Гештальт-принципы.
- Естественное восприятие.
- Области внимания.
- Аналитика.
- Инструменты проектирования.

ЛЕКЦИЯ 18: КОНТЕКСТНАЯ И МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА

Преподаватель:
Ольга Горшкова

- Основные типы рекламы в «Яндекс.Директ» и Google Рекламе.
- Первый шаг: сбор семантики и ее обработка.
- Работа с операторами.
- «ЯндексДирект»: создание первой РК на поиске.
- Как создать «работающее» объявление.
- Выбор стратегии показов.
- Создание компаний в Google Рекламе. Перенос кампаний из Директа.
- Анализ эффективности работы рекламных кампаний.

ЛЕКЦИЯ 19: ЧТО ТАКОЕ ЛЕНДИНГ И ПОЧЕМУ ОНИ ПОПУЛЯРНЫ

Преподаватель:
Артем Алейник

- Что такое лендинг.
- Из чего состоит лендинг.
- Способы реализации.
- Live по созданию лендингов.

ЛЕКЦИЯ 20: РОЛЬ ДИЗАЙНА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

Преподаватель:
Святослав Грошев

- Тренды дизайна в digital.
- Основы дизайна интерфейса.
- Принципы взаимодействия.
- Работа с внутренними страницами, главными страницами, внешними элементами.
- Продвижение продуктов.
- Работа с изображениями.
- Программы для работы.

ЛЕКЦИЯ 21: CMS-СИСТЕМЫ VS КОНСТРУКТОРЫ VS САМОПИСКИ

Преподаватель:
Альбина Никулина

- Какие бывают движки.
- Конструкторы Tilda, WIX, Squarespace.
- Алгоритм работы с конструктором.
- Самописные движки.
- Готовые движки или CMS-системы.

ЛЕКЦИЯ 22: ОТСЛЕЖИВАНИЕ И АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ СТРАТЕГИИ

Преподаватель:
Юлия Блынская

- О целях проекта.
- Пример маркетингового отчета.
- Что дает веб-аналитика.
- Яндекс Метрика. Общий трафик.
- Яндекс Метрика. Источники трафика.
- Яндекс Метрика. Поисковый трафик.
- Яндекс Метрика. Брендированные запросы.
- Яндекс Метрика. Конверсии.
- Яндекс Метрика. Электронная коммерция.
- Яндекс Метрика. Поисковые запросы.
- Яндекс Метрика. Страницы входа.
- Сценарии развития проекта.

ПО ОКОНЧАНИИ КУРСА ОБУЧЕНИЯ:



Итоговый
тест



Получение
диплома