

# Тематическое содержание курса «Digital-маркетинг» (60 аудиторных часов)

## 1. Основные каналы и инструменты интернет-рекламы. Форматы.

### Таргетинги. Особенности

- Контекстная реклама
- Таргетированная реклама в социальных сетях
- Медийная реклама
- Видеореклама в интернете
- Системы автоматизации рекламы
- Ремаркетинг и Look-aLike
- Поисковая оптимизация (SEO)

## 2. Основы конкурентного анализа в интернете

- Алгоритмы выбора и поиска товаров/услуг покупателями
- Анализ конкурентов и их маркетинговой активности
- Анализ изменения спроса в отдельных бизнес-нишах
- Способы оценки необходимости интернет-продвижения
- Практикум. Анализ своей бизнес-ниши с помощью сервисов: WordStat и Google Тренды, сбор семантического ядра

## 3. Контекстная реклама

### 3.1. Яндекс.Директ. Поиск. Теория и практика

- Обзор основных инструментов и базовых понятий
- Работа с основными метриками (CPC, CTR, CR, CPA, ROI, DPP)
- Этапы запуска контекстной рекламной кампании
- Сервисы автоматизации контекста
- Практикум: рекламной кампании на поиске, работа с заливочным файлом

### 3.2. Сети. Теория и Практика

- Обзор основных инструментов и базовых понятий
- Работа с основными метриками (CPC, CTR, CR, CPA, ROI, DPP)
- Запуск рекламной кампании

### 3.3. Оптимизация рекламной кампании. Практика

- Воркшоп по оптимизации рекламных кампаний в контексте

## 4. Аналитика

- Обзор трех самых полезных отчетов в Яндекс.Метрике и Google Analytics, необходимые для анализа результатов
- Пиксели социальных сетей
- Работа с utm-метками

## 5. Таргетированная реклама vs SMM-продвижение

- SMM в воронке продаж
- Особенности аудитории и ранжирования на основных площадках РФ
- Типы контента и правила распределение постов
- Чек-листы для начала работы в соцсетях
- Примеры контент-плана

## 6. Реклама в соцсетях: теория и практика

### 6.1. Вконтакте

- Особенности работы с площадкой. Запуск рекламных кампаний по трем целям
- Обзор форматов размещения и таргетингов
- Способы оценки эффективности таргетированной рекламы
- Оптимизация рекламной кампании

## **6.2. Facebook, Инстаграм**

- Особенности работы с площадкой
- Обзор форматов размещения и таргетингов
- Способы оценки эффективности таргетированной рекламы
- Запуск рекламной кампании
- Оптимизация рекламной кампании Facebook

## **7. Подготовка сайта к продвижению.**

- Анализ посадочной страницы
- Типичные ошибки, снижающие конверсию сайта
- Что должно быть на сайте, чтобы занимать высокие позиции в SEO выдаче?
- Требования площадок для индексации сайта
- Контент, seo, юзабилити, дизайн, форма заявки, юзерфрендли посадочной страницы