



БИЗНЕС-ШКОЛА
XXI ВЕК-КОНСАЛТ



25.10-07.12

BLENDED LEARNING

ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 80 ЧАСОВ

(48 аудиторных часов + 32 часа индивидуальной дистанционной работы на учебном портале)

В основе курса – практика и нетворкинг. Слушатели изучают тенденции и самые современные технологии в интернет-маркетинге, разбирают реальные кейсы и выполняют задания для своего проекта.

Между модулями в ходе индивидуальной дистанционной работы каждый участник обучения будет:

- Изучать дополнительный видеоматериал и полезный контент.
- Выполнять домашние задания и получать оценку и рекомендации по результатам их выполнения от преподавателя.
- Поработает над собственным проектом.

Кому подойдет программа?

Профессионалам, которые хотят совершенствовать свои навыки в области интернет-маркетинга.

Маркетологам, которые хотят научиться управлять всей системой продвижения и аргументировать выбор инструментов.

Руководителям маркетинга, чтобы построить маркетинговую стратегию для продуктов и найти общий язык с отделом продаж.

Бизнесменам, которые хотят эффективно продвигать свою компанию и продукты в сети Internet.

В результате обучения вы:

- Сможете разрабатывать комплексные системы привлечения клиентов через сеть Интернет.
- Научитесь выбирать рекламные каналы в сети Интернет, настраивать их, запускать и отслеживать эффективность рекламных кампаний.
- Узнаете, как повысить продажи за счет привлечения клиентов из сети Интернет.
- Научитесь проектировать продающий корпоративный сайт.
- Узнаете, как создавать качественный и интересный контент для веб-ресурсов.
- Определите особенности эффективного поискового продвижения (SEO).
- Овладеете навыками создания продающих e-mail рассылок и запуска контекстной и таргетированной рекламы.
- Сформируете навыки применения новейших инструментов интернет-маркетинга.

СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

МОДУЛЬ I

ТЕМА 1 Ценность интернет-маркетинга для компании.

- Стратегии digital-маркетинга.
- Цели и метрики в интернет-маркетинге.
- Рекламные каналы и технологии.
- Анализ и подбор целевой аудитории, сегментирование.

ТЕМА 2 Инструменты анализа конкурентов.

- Отстройка от конкурентов.
- Формирование Уникального Торгового Предложения (УТП).

Практическая работа

Оценка параметров и качества сайта конкурирующей компании.

ТЕМА 3 Работа с системами веб-аналитики.

- Методы анализа данных.
- Обзор интерфейса Я.Метрика и GoogleAnalytics.
- Установка и настройка систем веб-аналитики на сайт.
- Настройка целей в веб-аналитике.
- Персонализированные отчеты.
- Оценка эффективности сайта.

ТЕМА 4 Разработка сайта.

- Техническое задание по разработке сайта. Этапы разработки сайта.
- Взаимодействие с подрядчиками по разработке сайта.
- Тестирование сайта и его перенос на веб-сервер.
- Интеграция систем веб-аналитики на сайт.

ТЕМА 5 Юзабилити сайта.

- UX-методы.
- Ошибки при разработке сайтов.

Практикум

Оценка юзабилити сайта компании.

ТЕМА 6 Контекстная реклама.

- Принцип работы с контекстной рекламой, форматы объявлений, требования к рекламным объявлениям.
- Обзор возможностей системы Я.Директ, G.Adwords: оценка эффективности, цели.
- Разработка и запуск тестовой кампании.

Практикум

Настройка и запуск контекстной рекламы в Яндекс.Директ.

ТЕМА 7 Медийная реклама.

- Форматы медийной рекламы.
- Задачи медийной рекламы.
- Возможности таргетинга.

МОДУЛЬ II

ТЕМА 1 Поисковая оптимизация.

- Задачи SEO продвижения.
- Тенденции рынка SEO.
- Принципы ранжирования.
- Различные типы SEO продвижения.
- Принципы работы поисковых систем.
- Внутренняя и внешняя оптимизация сайта, работа со ссылочной массой.
- Инструменты оценки частотности.
- Самостоятельная работа по продвижению vs работа с SEO подрядчиками.
- Что сделать на сайте на благо SEO?
- Виды работ по SEO продвижению.

ТЕМА 2 Оценка эффективности продвижения сайта.

- Инструменты автоматизации.
- Способы проверки качества работы подрядчика.

Практикум

Составление семантического ядра для SEO продвижения сайта компании.

ТЕМА 3 Взаимодействие отдела интернет-маркетинга и отдела продаж.

- Интеграция каналов маркетинга с CRM.
- CRM-формы, отчетность, аналитика, воронка продаж.

ТЕМА 4 Популярные и работающие виды и форматы контента.

- Тексты для социальных сетей, блога, публикаций в СМИ, e-мейл-рассылок, каналов в мессенджерах и другие виды текстов.
- Формула эффективного и безотходного использования контента (16-20 касаний с клиентом в рамках работы с одним материалом).
- Контент для разных этапов воронки продаж.

ТЕМА 5 Контент-маркетинг.

- Цели и задачи контент-маркетинга.
- Вовлекающий контент, вирусный контент.
- Оценка качества контента.
- Влияние контента на SEO.

ТЕМА 6 Нативная реклама.

- Форматы нативной рекламы.
- Преимущества и недостатки нативной рекламы. Примеры нативной рекламы.
- Оценка эффективности рекламы.
- Спонсорский контент. Совместные проекты.

ТЕМА 7 Маркетинг в социальных сетях (SMM).

- Особенности различных социальных сетей, их характеристики, целевая аудитория.
- Стратегии продвижения сообществ компаний, оформление.
- Возможности рекламных инструментов и таргетированная реклама в социальных сетях.
- Комьюнити-менеджмент.

Практикум

Настройка и запуск таргетированной рекламы.

МОДУЛЬ III

ТЕМА 1 E-mail рассылки.

- Цели и задачи E-mail рассылок. Сервисы для работы с e-mail рассылками.
- Законные методы сбора email баз, использование поп-апов для сбора email адресов, чек-лист по улучшению формы подписки.
- Сбор и сегментирование рассылочных баз, верстка писем.
- Концепции промо-писем, контентные рассылки и другие виды рассылок.
- Показатели ROI и KPI в email-маркетинге.

- Аналитика email рассылок. Оптимизация рассылок на основании показателей текущих показателей.
- Реактивация подписчиков.
- Мониторинг качества рассылок. Веб-аналитика в email рассылках. Оценка эффективности стратегии email рассылок.
- Дизайн и оформление рассылок. Структурирование email письма.
- Разработка автоматических писем. Создание продающих цепочек писем.

Практические задания

Написание текстов для рассылок разных типов.

Подготовка письма в системе sendpulse.

Разработка продающей цепочки писем.

Создание формы подписки и ее интеграция с сервисом рассылок sendpulse.

ТЕМА 2 Управление репутацией компании в сети (SERM).

- Работа с отзывами в сети.
- Формирование бренда компании/продукта.
- Переговоры с собственниками сайтов.

Практическая работа

Оценка текущей репутации компании в глобальной сети.

ПРЕПОДАВАТЕЛИ:



Антон Кучур, руководитель и преподаватель кафедры маркетинга и продаж БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, академический директор программ «Профессиональный маркетинг», «Интернет-маркетинг».

Более пяти лет руководил отделом интернет-маркетинга SKYENG, участвовал в разработке и реализации маркетинговых стратегий на рынках Беларуси, России, Европы.

Эксперт с 10-летним опытом в разработке маркетинговых стратегий, формировании и реализации коммуникационных политик, проведении маркетинговых исследований, брендинге, а также планировании контент-стратегий для сайтов, повышении конверсии и построении воронок продаж, email-маркетинге.

Область научных интересов: стратегический маркетинг, брендинг, цифровой маркетинг.



Денис Сапега, преподаватель кафедры маркетинга и продаж БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, эксперт с 10-летним опытом работы в сфере интернет-маркетинга. Основатель и руководитель интернет-агентства «Сеолоджик» (сертифицированное агентство Yandex и официальный партнер Google, входит в ТОП-5 SEO компаний по версии CMS-magazine).

Управляет комплексными проектами по созданию и продвижению сайтов, продвижению в социальных сетях (более 1050 успешно выполненных проектов для компаний сферы строительства, автомобильной промышленности, деревообработки, продуктов питания, туризма, товаров для бизнеса, сельского хозяйства, оборудования, транспортных услуг, медицины и др.).

Среди постоянных клиентов: KIA, VELCOM, BELAVIA, BMW, Henkel, Белагропромбанк, BurgerKing, Sbarro, Лодэ, Русавтопром, Dominos Pizza, Saeco, MARK FORMELLE, Пакодан и др.

Сфера научных интересов: цифровой маркетинг.



Юлия Ишмуратова, академический директор программы «Маркетинг в социальных сетях (SMM)», преподаватель кафедры маркетинга и продаж БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ (преподаваемые дисциплины: digital-маркетинг).

Head of SMM Минского часового завода «Луч».

Опыт руководства SMM направлением в проектах крупных мировых и локальных белорусских брендов: «Domino's pizza», Школа ораторского и актерского мастерства «Первый подъезд», Школа речевого имиджа «Skill Lab», «Moleskine Russia», продакшн студия «Uzari Production». Практический опыт в формировании стратегии продвижения брендов в социальных сетях, создании уникального контента (фото-контент, видео-контент, копирайтинг).

Опыт работы с блогерами и лидерами мнений (реализовано более 40 совместных проектов с белорусскими и иностранными инфлюенсерами), построение стратегии запуска рекламных кампаний в Facebook AD и MyTarget. Практикующий журналист (опыт более 10 лет), радиоведущая канала «Культура». Образование – Институт журналистики Белорусского государственного университета.

Сфера профессиональных интересов: digital-маркетинг, influence-маркетинг, копирайтинг, SMM-продвижение.

ДАТЫ ОБУЧЕНИЯ:

- | | | |
|--|---|--|
| • МОДУЛЬ I
25.10 – 26.10
с 10.00 до 17.00 | • МОДУЛЬ II
15.11 – 16.11
с 10.00 до 17.00 | • МОДУЛЬ III
06.12 – 07.12
с 10.00 до 17.00 |
|--|---|--|

МЕСТО ОБУЧЕНИЯ:

Кампус БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, БЦ «XXI век»,
г. Минск, пр-т. Независимости, 169, северное здание, 8 этаж.

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ:

Для одного участника **1600 BYN (НДС не взимается).**

ДОКУМЕНТ ОБ ОБРАЗОВАНИИ:

- Сертификат БИЗНЕС-ШКОЛЫ XXI ВЕК-КОНСАЛТ.
- Свидетельство о повышении квалификации государственного образца.

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА ОБУЧЕНИЕ:

+375 (29) 694-37-87 (Viber, Telegram, WhatsApp)
+375 (29) 397-67-79
+375 (29) 700-67-79
+375 (17) 388-14-08

E-mail: training@21vk.biz

