



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
*программы повышения квалификации*  
**«Digital Marketing (Цифровой маркетинг)»**

**Цель** – повышение квалификации в области использования инструментов диджитал (цифровых) маркетинговых коммуникаций для решения задач бизнеса с учетом изменившихся условий внешней среды.

**Категория слушателей** – руководители и специалисты маркетинговых и коммерческих служб, нацеленные на самостоятельную реализацию инструментов диджитал (цифрового) маркетинга, а также на контроль действий сотрудников и подрядчиков.

**Срок обучения** – 2 месяца (80 академических часов).

**Режим занятий** – 2 раза в неделю по 4 часа.

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего час.	В том числе			форма контроля
			лекции	практ. зан.	самост. раб.	
1	<b>Введение в цифровой маркетинг. Исследование рынка, потребителей и конкурентов в цифровой среде</b> Характеристика основных инструментов цифрового маркетинга. Актуальные тренды в применении инструментов цифрового маркетинга. Построение воронки продаж. Сервисы анализа рынка и потенциального спроса. Сервисы анализа конкурентов и их веб-ресурсов.	12	8	4		
2	<b>Контроль над разработкой сайтов. Базовый SEO-аудит. Основы веб-аналитики</b> Понятие семантического ядра и его значение в цифровом маркетинге. Аудит веб-ресурса. Инструменты и принципы SEO-аудита. Точки контроля SEO-оптимизации. Основные этапы работы по созданию сайта, составление технического задания. Построение работы с подрядчиками по созданию сайта. Подготовка веб-ресурса к приему трафика Задачи и инструменты веб-аналитики. Построение отчетов. Использование UTM-меток. Яндекс Метрика. Модели атрибуции в Яндекс Метрике	12	4	8	проверка домашнего задания	

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего час.	В том числе			форма контроля
			лекции	практ. зан.	самост. раб.	
3	<p><b>Платные каналы трафика: контекстная реклама в Яндекс Директ</b></p> <p>Медиапланирование в контекстной рекламе. Виды кампаний и объявлений. Особенности использования.</p> <p>Создание контекстных рекламных кампаний в Яндекс Директ.</p> <p>Продвижение через рекламные сети.</p> <p>Использование программатик технологий. Тестирование гипотез.</p> <p>Создание продающих креативов.</p> <p>Работа с Операторами рекламных данных (ОРД).</p> <p>Аудит рекламных кампаний Яндекс Директ и выявление точек роста.</p> <p>Бюджет рекламной кампании и его оптимизация.</p> <p>Построение работы с контрагентами по разработке и оптимизации контекстной рекламной кампании.</p>	12	4	8		проверка домашнего задания
4	<p><b>Платные каналы трафика: таргетированная реклама и ретаргетинг</b></p> <p>Классификация аудиторий в цифровой среде и поиск аудиторий для таргетинга.</p> <p>Аватар клиента и карта потребительского пути (customer journey map) клиента.</p> <p>Настройка таргетированных рекламных объявлений (Вконтакте, Одноклассники, Telegram, Авито).</p> <p>Сервисы сбора аудиторий ретаргетинга. Особенности настройки объявлений ретаргетинга.</p> <p>Продвижение через рекламные сети.</p> <p>Использование программатик технологий. Тестирование гипотез.</p> <p>Создание продающих креативов.</p> <p>Работа с Операторами рекламных данных (ОРД).</p> <p>Аудит рекламных кампаний и выявление точек роста. Бюджет рекламной кампании и его оптимизация. Контроль действий подрядчиков.</p> <p>Построение работы с контрагентами по разработке и оптимизации таргетированной рекламной кампании.</p>	16	4	12		проверка домашнего задания

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего час.	В том числе			форма контроля
			лекции	практ. зан.	самост. раб.	
5	<p><b>Маркетинг в социальных сетях: контент-маркетинг и работа с инфлуенсерами</b></p> <p>Контент - стратегии в социальных сетях. Копирайтинг в социальных сетях. Кросспостинг. Работа с хештегами и геотегами. Ситуативный маркетинг. Поиск инфоповодов. Анализ «хайпа». Составление интегрированного контент-плана. Продвижение через партнёрские сети (dzen, промостраницы Яндекс) Маркетинг влияния. Реклама у блогеров (инфлуенсеров). Подбор блогеров для рекламы (Telegram, YouTube). Согласование рекламных интеграция. Оценка эффективности рекламы у блогеров. Этапы работы с продающим аккаунтом. Выбор соцсети для продвижения конкретного товара / услуги.</p>	12	4	8		проверка домашнего задания
6	<p><b>Аудит эффективности цифровых маркетинговых кампаний</b></p> <p>ИМК (интегрированные маркетинговые коммуникации): интеграция инструментов платного веб-трафика, инструментов платного и бесплатного веб-трафика Систематизация данных в веб-аналитике. Показатели для анализа эффективности: метрики и KPI. Определение эффективности отдельных каналов и омниканальность. Сквозная и мультиплатформенная аналитика. CРА-маркетинг. Контроль действий подрядчиков.</p>	8	4	4		проверка домашнего задания
7	Выпускная работа в формате презентации	8		2	6	Презентация выпускной работы
<b>Итого:</b>		<b>80</b>	<b>28</b>	<b>46</b>	<b>6</b>	