



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

Цель – повышение квалификации в области использования инструментов диджитал (цифровых) маркетинговых коммуникаций для решения задач бизнеса.

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 – 2–3 раза в неделю по 4 часа.

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего час.	В том числе			форма контроля
			лекции	практ. зан.	самост. раб.	
1	Введение в цифровой маркетинг. Исследование рынка, потребителей и конкурентов в цифровой среде Характеристика основных инструментов цифрового маркетинга. Актуальные тренды в применении инструментов цифрового маркетинга. Сервисы анализа рынка и потенциального спроса. Сервисы анализа конкурентов и их веб-ресурсов.	12	8	4		
2	Контроль над разработкой сайтов. Базовый SEO-аудит. Основы веб-аналитики Основные этапы работы по созданию сайта, составление технического задания. Построение работы с подрядчиками по созданию сайта. Инструменты и принципы SEO-аудита. Точки контроля SEO-оптимизации. Задачи и инструменты веб-аналитики. Построение отчетов.	12	4	8		
3	Платные каналы трафика: контекстная реклама Яндекс Директ и Google Ads Медиапланирование в контекстной рекламе. Виды кампаний и объявлений. Особенности использования. Аудит рекламных кампаний Яндекс Директ и Google Ads и выявление точек роста.	12	4	8		

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего час.	В том числе			форма контроля
			лекции	практ. зан.	самост. раб.	
4	<p>Платные каналы трафика: таргетированная реклама и ретаргетинг</p> <p>Классификация аудиторий в цифровой среде и поиск аудиторий для таргетинга.</p> <p>Аватара клиента и карта потребительского пути (customer journey map) клиента.</p> <p>Настройка таргетированных рекламных объявлений в Facebook, Instagram, Вконтакте.</p> <p>Особенности настройки объявлений ретаргетинга.</p> <p>Аудит рекламных кампаний и контроль действий подрядчиков</p>	16	4	12		
5	<p>Маркетинг в социальных сетях: контент-маркетинг и работа с инфлуенсерами</p> <p>Контент - стратегии в социальных сетях. Копирайтинг в социальных сетях. Кросспостинг. Работа с хештегами и геотегами.</p> <p>Ситуативный маркетинг. Поиск инфоповодов. Анализ «хайпа».</p> <p>Составление интегрированного контент-плана.</p> <p>Маркетинг влияния. Реклама у блогеров (инфлуенсеров). Подбор блогеров для рекламы. Оценка эффективности рекламы у блогеров.</p> <p>Этапы работы с продающим аккаунтом. Выбор соцсети для продвижения конкретного товара / услуги.</p>	12	4	8		
6	<p>Аудит эффективности цифровых маркетинговых кампаний</p> <p>Показатели для анализа эффективности: метрики и KPI</p> <p>Построение воронки продаж</p> <p>Определение эффективности отдельных каналов и омниканальность.</p> <p>Использование UTM-меток. Модели атрибуции в Яндекс Метрике</p>	8	4	4		
7	Выпускная работа в формате презентации	8		2	6	Презентация выпускной работы
	Итого:	80	28	46	6	