

Название учреждения непрерывного обучения:

E-DEVELOPMENT OÜ

Название учебной программы:

Digital-маркетинг - использование современных инструментов для продвижения в Интернете (включая Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Chatbot).

Категория:

Маркетинг и реклама

Основа учебной программы: профессиональный стандарт "Специалист по маркетингу IV" - базовые навыки и знания: 5.2.3 Обслуживание клиентов, 5.2.5 Сущность и роль маркетинга на уровне общества, бизнеса и отдельного человека, необходимость и концепции маркетинга, принципы управления маркетингом в бизнесе, процесс стратегического управления маркетингом, потребители и их покупательское поведение. Обзор потребности в ИКТ-навыках (п. 1.10 стр. 20-21) (SA Vocational Education and Training, 2020).

Данный курс является авторским.

Оценки:

Повышение квалификации для взрослых

Язык преподавания:

Русский язык

Дата поставки:

Круглый год

Информация о регистрации на тренинг:

Регистрация на месте, по электронной почте или по телефону.

Целевая группа и условия начала исследований:

Прием на обучение открыт для совершеннолетних (старше 18 лет), подавших заявку, при соблюдении условий Marketilo. Начинающие предприниматели, любители бизнеса и маркетинга, интересующиеся маркетингом и не имеющие знаний и навыков для составления бизнес- и маркетингового плана. А также те, кому необходимо создать привлекательный дизайн, например, для веб-сайта и/или социальных сетей, и кто имеет или не имеет предыдущих знаний и навыков в области цифрового маркетинга. Принимаются те, кто владеет базовыми знаниями английского языка или может быстро воспользоваться онлайн-переводчиком, владеет навыками компьютерной грамотности,

имеет желание развиваться как профессионал в области электронного маркетинга и получить реальную работу.

Для прохождения обучения слушатель должен иметь доступ к личному смартфону и компьютеру.

Размещение в группах:

Минимальный размер группы - 3 человека.

Общая продолжительность обучения (в часах):

100 академических часов, из них

- 85 академических часов на теорию

- 15 академических часов самостоятельной работы

Методы преподавания:

Контактное обучение 85 часов: лекция, дискуссия, групповая работа (мозговой штурм, дебаты и т.д.), ролевая игра, анализ конкретных ситуаций, практические занятия.

Самостоятельная работа 15 часов: подготовка маркетингового плана и других практических домашних заданий.

Цель обучения

Digital-маркетинг - использование современных инструментов для рекламы в Интернете (в том числе Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Chatbot).

В ходе обучения вы научитесь разбираться в основах продаж и маркетинга в Интернете, получите базовые знания и навыки по созданию канала социальных сетей для своей компании, составлению плана электронного маркетинга. Слушатель сможет создавать увлекательный контент в таких каналах социальных сетей, как Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, и поймет, как работают чат-боты.

Результаты обучения:

К концу обучения маркетолог будет:

- Знает портрет различных клиентов в данной области

- Студент проанализировал своего клиента и создал кампанию в социальных сетях для 3 разных клиентов.
- Планировать и нацеливать маркетинговую стратегию и маркетинговую кампанию компании.
- Умеет пользоваться калькулятором для расчета рекламной кампании.
- Оценивает эффективность маркетинговой кампании в Интернете, используя различные методы анализа данных.
- Умеет делать выводы о рекламной кампании на основе полученных аналитических данных.
- Имеет навыки работы с различными медиаканалами.
- Создал и настроил аккаунт для продвижения своего продукта в таких социальных сетях, как Facebook, Instagram, YouTube и TikTok.
- Измеряет рентабельность маркетинговой кампании в Интернете.
- Имея данные о стоимости продукта и рекламном бюджете, студент сможет сделать вывод об эффективности рекламной кампании.

Содержание обучения:

1. Вводная часть в мир цифровой маркетинга

- 1.2. Типы клиентов B2B B2C B2G
- 1.3. Анализ услуги или запроса
- 1.4. Инструменты digital маркетинга - обзор
- 1.5. Основные показатели эффективности интернет-рекламы и маркетинга
- 1.6. Портрет вашего клиента

2. Facebook

- 2.1. Вводная часть (регистрация и разбор интерфейса и возможностей, правила и запрещенные вещи в facebook, настройка страницы)
- 2.2. Что такое Facebook бизнес страница и какие у нее есть возможности.
- 2.3. Что такое Facebook бизнес менеджер и его возможности.
- 2.4. Facebook ads
- 2.5. Facebook группы и как их можно использовать
- 2.6. Аналитика в Facebook страницах
- 2.7. Facebook creator studio
- 2.8. Полезные приложения для смартфона, чтобы работать с facebook
- 2.9. Составление контент плана и правильное ведение страницы.
- 2.10. Подготовка рекламы и запуск рекламы в facebook

- 2.11. Facebook pixel и ремаркетинг
- 2.12. Анализ рекламной кампании
- 2.13. Ошибки при запуске рекламы
- 2.14. Что делать, если реклама не проходит?

3. Instagram

- 3.1. Регистрация и настройка аккаунта
- 3.2. Как связать Instagram и Facebook страницу
- 3.3. Как можно начать продвигаться в инстаграм, чтобы о вас начали узнавать?
- 3.4. Платное продвижение постов
- 3.5. Как выбирать блогеров у кого заказать рекламу. Анализ профиля.
- 3.6. Stories в instagram, как создавать и что они дают.
- 3.7. Кроссплатформенный sharing публикаций и историй
- 3.8. Накрутка подписчиков и в чем опасность этого.

4. TikTok

- 7.1. Что такое TikTok. Какая аудитория в TikTok и почему нужно развивать эту соцсеть уже сегодня.
- 7.2. Принципы создания контента в TikTok и типы контента
- 7.3. Регистрация и настройка аккаунта
- 7.4. Интерфейс
- 7.5. С чего нужно начать развитие своего аккаунта
- 7.6. Составление контент плана
- 7.7. Алгоритмы TikTok и что такое глубина просмотра
- 7.8. Что нужно делать чтобы видео попало в рекомендации.
- 7.9. Монтаж видео в TikTok. Как создать качественный видео контент.
- 7.10. Приложения, которые помогут создавать контент для TikTok
- 7.11. Аналитика в TikTok
- 7.12. Настройка рекламы в TikTok
- 7.13. Работа с блогерами и размещение рекламы у них
- 7.14. Практика по развитию своего аккаунта, чтобы понять принципы работы.
- 7.15. Как использовать TikTok для маркетинга компании

5. Youtube

- 8.1. Вводная часть
- 8.2. Типы контента в youtube
- 8.3. Как канал на youtube поможет маркетингу компании

- 8.4. Оформление канала
- 8.5. Оформление и SEO настройка вашего видео
- 8.6. Глубина просмотра, как важнейший показатель вашего видео
- 8.7. Как работать с блогерами на youtube просторах и как правильно распределить рекламный бюджет
- 8.8. Платное продвижение ваших видео и запуск рекламы
- 8.9. Что такое нативная реклама в видео
- 8.10. Вирусные видео. Принцип и как они создаются.
- 8.11. В чем выгода вести youtube канал для бизнеса? (ссылки, постоянный трафик с поисковых запросов, повышение лояльности)
- 8.12. Аналитика видеоконтента на канале

6. Email marketing

- 3.1. Вводная часть и основной принцип, статистика по эффективности
- 3.2. Сервисы для email marketing
- 3.3. Как сделать рассылку наиболее эффективной (время отправки, заголовки, оформление письма)
- 3.4. Анализ результативности рассылки
- 3.5. Что такое цепочка писем и как ее правильно построить.
- 3.6. Использование short link и анализ кликов
- 3.7. Как собирается база для рассылок
- 3.8. Персонализация рассылки
- 3.9. Автоматизация email маркетинга
- 3.10. Проверка письма на спам перед отправкой
- 3.11. A/B тесты

7. Landing page

- 5.1. Что такое лендинг и для чего он используется.
- 5.2. Сервисы, которые помогают создавать лендинг с высокой конверсией.
- 5.3. Структура лендинга
- 5.4. Разбор хороших и плохих лендингов
- 5.5. Pixel и google tag для лендингов
- 5.6. Примеры автоматизаций email + лендинг
- 5.7. Web визор для анализа действий ваших клиентов
- 5.8. Подключение google analytics

8. Воронки продаж

- 6.1. Что такое воронка продаж
- 6.2. Автоматическая воронка продаж
- 6.3. Что такое лид магнит
- 6.4. Как прогревается клиент
- 6.5. Создание УТП
- 6.6. Что такое холодные клиенты и как их получать
- 6.7. Что такое возражения клиентов и как с ними работать
- 6.8. Quiz marketing и как при помощи этого инструмента генерировать лидов
- 6.9. Примеры воронок продаж

9. Виды трафика

- 9.1. Платный трафик
- 9.2. Поисковой трафик
- 9.3. Affiliate трафик
- 9.4. Social media трафик
- 9.5. Email трафик
- 9.6. Direct трафик

10. Инструменты для аналитики

- 10.1. Разбор инструментов
- 10.2. Регистрация и настройка
- 10.3. Интеграции

11. Маркетинговая стратегия

- 11.1. Что такое маркетинговая стратегия
- 11.2. Как ее создать
- 11.3. Примеры стратегий
- 11.4. Workshop - создаем стратегии для своей компании

12. Чат боты

- 12.1. Разбор инструментов
- 12.2. Регистрация и настройка
- 12.3. Интеграции

Описание учебной среды:

Обучение будет проходить в виде электронного тренинга в Discord и Google Meet.

Используемое оборудование: планшет, компьютер. Учебные пособия: раздаточный материал и презентации. Все студенты будут добавлены в один онлайн-чат, где они смогут задавать вопросы и получать дополнительную поддержку.

Перечень учебно-методических материалов:

Обязательные учебные материалы: учебные материалы, разработанные тренером и выдаваемые обучающимся во время тренинга.

Инструктивные материалы, подготовленные тренером в процессе обучения, остаются у обучаемых после окончания обучения.

Предлагаемый учебный материал:

The INSANE Truth About TikTok

<https://www.youtube.com/watch?v=djk159kLBwA> 2023.

The Truth About The TikTok TokT: The Truth About Social Media | Welsh-Phillips Kim, Kennedy Dan (2021) Alpina Publishers

Карьера Дэвида Огилви - откровения рекламного агента Мартин 2012 Манн, Иванов и Фербер (МИФ)

Увлекательное путешествие в сознание современного потребителя Альпина Бизнес Букс, 2013.

Product-based SEO: Why building your organic growth strategy is behind Houndstooth Press (30 марта 2021 г.).

Контекстная реклама, которая работает The Google AdWords Bible - Perry Marshall and Brian Todd Mann, Ivanov & Ferber, - 2014.

Breaking Through the Noise. Как привлечь внимание каждого в Интернете | Джош Янг, Staples Tim 2019 Alpina Publications

Процесс обучения:

Контактная учебная работа в онлайн-центре. Работа проводится от одного до трех раз в неделю. Вечернее время. Сроки обучения отражены на сайте.

Требования к выпускникам, включая методы и критерии оценки:

Требования к выпускникам - посещаемость не менее 80%.

Метод оценивания Критерии оценивания

Не менее 60% правильных ответов в письменном теоретическом эссе - отмечено.

Выполнение всех домашних заданий и самостоятельной работы - отмечено.

Выдаваемые документы:

Сертификат, если требования к выпускнику выполнены.

Сертификат, если результаты обучения не достигнуты, но обучающийся принял участие в обучении. Сертификат

выдается пропорционально количеству посещенных контактных часов, но не выдается, если обучающийся посетил менее половины контактных часов.

Описание квалификации, образования и профессионального опыта, необходимых для проведения обучения:

Опыт работы в области маркетинга не менее 5 лет и активная позиция в преподаваемой области.

Учебный план утвержден: 01.09.2023