

Digital-маркетинг

Содержание программы

№	Наименование темы	Ак. час.
1	Введение в Digital маркетинг. Основные определения. Тренды и основные профессии в Digital маркетинге. Постановка задачи для проектной работы.	4
Модуль 1		
Аналитика веб-сайтов с точки зрения их юзабилити: внутренние и внешние факторы		
2	Анализ потребностей целевой аудитории в digital среде. Основы SEO-оптимизации сайтов. Анализ семантического ядра сайта. Моделирование структуры сайта и ее оптимизация.	4
3	Основы веб-аналитики. Счетчики аналитики (Яндекс.Метрика). Формирование «воронки продаж» в digital среде	2
4	Юзабилити сайта. Чек-лист оптимизации сайта.	2
5	Защита части №1 курсового проекта	2
Модуль 2		
Инструменты платного веб-трафика		
6	Создание и оптимизация контекстной рекламы в Яндекс.Директ. Оценка бюджета контекстной рекламной кампании	6
7	Классификация аудиторий в цифровой среде и поиск аудиторий для таргетинга. Описание аватара клиента и карты клиентского пути. Создание и оптимизация таргетированной рекламы социальной сети Вконтакте. Ретаргетинг.	6
8	Защита части №2 курсового проекта	2
Модуль 3		
Маркетинг в социальных сетях		
9	Контент - стратегии в социальных сетях. Составление интегрированного контент-плана. Работа с хештегами и геотегами	2
10	Выбор соцсети для продвижения конкретного товара / услуги. Особенности продвижения в Телеграм, Яндекс.Дзен, RuTube. Актуальные возможности по продвижению в YouTube, Tik Tok и др. социальных сетях. Адаптация стратегии продвижения при смене площадки.	4
11	Ситуативный маркетинг. Поиск инфоповодов. Анализ и использование «хайпа».	2
12	Маркетинг влияния. Реклама у блогеров. Подбор блогеров для продвижения. Оценка эффективности рекламы у блогеров.	2
13	Этапы работы с продающим аккаунтом. Оценка эффективности маркетинговых digital кампаний.	2
14	Защита части №3 курсового проекта	2
Итого:		42
Итоговая аттестация: выполнение трех частей курсового проекта (сдача – после каждого модуля, при несдаче к следующему модулю студент не допускается)		