ВВОДНАЯ ЛЕКЦИЯ ( 4 ч.)

* Что такое Интернет-маркетинг, отличия от offline, история развития Интернет-маркетинга и Интернет-бизнеса.
* История развития появления и развития маркетинга
* Эволюция Поисковых систем, статистика роста Интернет-маркетинга

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ (20 ч.)

* Выбор своей ниши на рынке
* Создание уникального предложения
* Выделение конкурентных преимуществ
* Работа с клиентами, возврат клиентов

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВОРОНКИ ПРОДАЖ. ПОВЫШЕНИЕ КОНВЕРСИИ

* Создание воронки продаж
* Проектирование Landing Page. Создание прототипов
* Проектирование одностраничного сайта
* Проектирование посадочной страницы
* Повышение конверсии
* A/B тестирование

SMM - SOCIAL MEDIA MARKETING( 44 ч.)

# ВВЕДЕНИЕ В SMM

› Виды и статистика соцсетей
› Социально-демографические показатели. География.Статистика
› Преимущества и недостатки основных видов соцсетей
› Задачи продвижения
› Брендирование. Продажи. Маркетинговые исследования
› Кому подходит SMM и какие сети использовать
› Продукты для соцсетей
› Разработка SMM-концепции
› Стратегия. Анализ конкурентов. УТП и Big Idea
› Анализ аудитории. Сегментирование

# ВКОНТАКТЕ

› Виды сообществ и их отличия
› Паблики. Группы. Мероприятия
› Оформление и описание
› Продающий аватар. Wiki-меню. Описание. Альбомы.Ссылки
› Обсуждения. Видеозаписи. Контакты. Лента новостей
› Разработка контент-плана
› Типы контенты. Виды контент-планов. Время публикации

# FACEBOOK + INSTAGRAM

› Специфика сети
› Аудитория FB + INST. Интересы и предпочтения. Модели поведения
› Виды сообществ. Страница. Группа
› Оформление
› Название. Информация. Обложка. Приложения
› EdgeRank
› Алгоритмы facebook. Как оставить контент в поле внимания

# TikTok

› Специфика сети
› Аудитория и интересы
› Виды сообществ. Страница. Группа
› Оформление и ведение
› Контент и концепция канала
› Алгоритмы рекламы в данной социальной сети

# УСЛОВНО-БЕСПЛАТНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

› Методы естественного прироста
› SMO. Контент. Френдинг.
› Условно платные методы. Конкурсы. Акции.
› Общение
› Стиль. Корпоративная орфография. Работа с лидами.
› Управление негативом
› Направленный и ненаправленный гнев. Троллинг

# ПЛАТНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

* Реклама Вконтакте
* Таргетированные объявления. Рекламные записи в сообществах.
* Специальные предложения в играх. Ретаргетинг
* Реклама на Facebook
* Выбор целей. Создание кампании. Ретаргетинг

# ДРУГИЕ ТИПЫ СОЦСЕТЕЙ

* Визуальные соцсети: Instagram. Pinterest. Youtube
* Linkedln - сеть профессиональных контактов. Профиль. Группы. Страницы
* Одноклассники. Аудитория и особенности. Таргет mail.ru
* Twitter. Создание и настройка Twitter-канала. Запуск рекламных кампаний
* Google+. Создание профиля и Страницы. Возможности для продвижения веб-ресурсов

# СТАТИСТИКА И АНАЛИТИКА

* Статистика Вконтакте. Посещаемость, охват, активность
* Статистика Facebook. Отметки “Нравится”, охват, посещения, пользователи
* Ключевые показатели эффективности – KPI
* Посещаемость и охват. Активность. Влияние и ценность. Рекламные кампании

***СРЕЗЗ НАНИЙ ПО SMM***

ПОИСКОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА (22ч.)

# ВВЕДЕНИЕ В SEO.

› Типы Интернет-ресурсов. Целевая аудитория,

› Поисковые системы: обзор, история, различия,алгоритмы, медиа-поиск, тренды, интерактивность в поиске

› Структура и организация индексов, виды ботов.

› Определения: формула ранжирования, факторы ранжирования ПС, способы влияния на факторы ранжирования. Понятие "SEO".

# ПОИСКОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. ИНДЕКСЫ И РАНЖИРОВАНИЕ

› Структура и организация индексов: операции, алгоритмы, хранение, обработка. Лексиконы и Матрица инцидентности

› Ранжирование. Google Deep Learning и MatrixNet

› Факторы ранжирования ПС, способы влияния на них. Понятие «SEO»

# ЭТАПЫ SEO. ROBOTS.TXT

› Этапы работ по SEO. Определение целей и KPI. Расчет SEO-бюджета

› Файл Robots.txt. Назначение, алгоритм обработки, примеры, рекомендации РЕГИСТРАЦИЯВПС.SITEMAP.ТРЕНДЫ.ТИПЫ ПЗ Регистрация в ПС. Сервисы ПС

› Sitemap. Назначение, форматы, создание, расширения,примеры, загрузка. Ссылки по теме

› Поисковые тренды. Типы поисковых запросов

# KW RESEARCH. КЛАСТЕРИЗАЦИЯ.РЕЛЕВАНТНОСТЬ LP.

› Семантика сайта. KW Research. Кластеризация KW

› Методики подбора запросов. Определение релевантных страниц

› Определение трафиковых направлений, формирование шлейфа запросов и кластеризация

› Определение лендингов, посадочных страниц

# СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

› Структура URL, ЧПУ. Оптимизация структуры сайта.Протоколы передачи данных. Особенности защищенных протоколов

› Домены и директории. Кирилические домены.Транслитерация. Анкор-метки

› Как правильно структурировать URL для мультиязычных сайтов

› Структура сайта. Уровни вложенности страниц. Связь семантики и структуры

› Структурные особенности e-commmerce проектов. Разделы, подразделы, карточки товаров/услуг

› Навигация по сайту. Хлебные крошки. Меню › Внутренняя перелинковка

# ТЕХНИЧЕСКАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

› Кроссбраузерность. UpTime - Доступность сайта. Технические параметры сайта

› Устойчивость к нагрузкам. Скорость загрузки сайта

› Отслеживание технических ошибок в работе сайта

› Склейка доменов. Настройка канонического домена. Иконка сайта

› Коды ответов сервера. Обработчики ошибок: 404 ошибка, ошибки сервера, 301-й redirect

› Оптимизация HTML-кодов. Валидность кода. Основные валидаторы HTML и CSS кодов

# УСТРАНЕНИЕ ДУБЛИРОВАНИЯ

› Что означает дублирование для сайта. Поиск дублей InSite и OutSite.

› Различные способы поиска дублей. Методы устранения дублей

› SEO-особенности формирования мета-данных. Способы устранения дублирования для мультиязычных сайтов

› SEO-сервисы RDS-bar и SEOquake, их настройка

# ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТА-ДАННЫХ И ТЕКСТОВ

› Структура HTML- документа

› Оптимизация мета-данных и заголовков страниц

› Качество контента, показатели качества

› Полезность и добавочная ценность контента. Факторы полезности контента

› Информационная насыщенность. Уникальность контента

› Оптимизация текстов, естественность контента

› Ридабилити, Показатель Флеша, индекс Фога

› Рекомендуемые объемы текстов.Технические требования к текстам

# ОПТИМИЗАЦИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ И МЕДИА. АВТОРСТВО

› Оптимизация изображений, разделение элементов оформления и контентных изображений

› Оптимизация media контента. Особенности видео,размещенных на видео-хостингах и на собственных сайтах

› Авторское право в Google. Статусы автора, публикатора,правообладателя

› Авторское право в Яндексе. Специфика для мультиязычных сайтов

› Защита от кражи контента: алгоритм, рекомендации, результаты

# СЕМАНТИЧЕСКАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

› Семантическая микроразметка. Типы структурированных данных

› Микроформаты, RDF, Open Graph, Schema.org Способы микроразметки. Валидаторы микроразметки › Расширенные сниппеты, Rich Snippets

# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПС

› Google Search Console

› Webmaster Яндекс, Bing, Mail.ru

# ВНЕШНЯЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

› Понятие внешней ссылочной массы, передача веса, авторитетность сайтов в ПС

› Общие характеристики ссылочной массы

› Понятие донора и акцептора, критерии для выбора доноров

# ЛИНКБИЛДИНГ

› Методика наращивания внешней ссылочой массы,мигание ссылок, ссылочные взрывы

› Управление ссылочной массой. Инструменты для корректировки внешней ссылочной массы

› Биржи ссылок, критерии для отбора ссылок

# ФИЛЬТРЫ ПС

* Фильтры Google и Яндекс
* Фильтры и санкции других ПС

# АНАЛИТИКА В SEO: СЕГМЕНТЫ И РЕФЕРАЛЬНЫЙ ТРАФИК

* Настройка сегментов трафика для SEO - региональный, органический, брендовый
* Настройка реферального трафика для Органического поиска

# ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ

* Устранение вредоносного кода на сайте. Клоакинг
* Структурированность контента, работа с тепловыми картами сайта
* Методы брендирования поисковой выдачи
* Способы сокрытия конфиденциальных данных в результатах поиска
* Работа с конкурентами
* Белые каталоги. Особенности и хитрости при работе с ними
* SERM - управление репутацией в Интернете. Отзывы и работа сними
* SEO-блоги. SEO инструменты и сервисы независимых разработчиков
* SEO-факторы ранжирования. Полный SEO-аудит сайта

# ПЕРЕЕЗДЫ САЙТОВ БЕЗ ПОТЕРЬ ДЛЯ SEO

* Виды переездов сайта и их причины
* Переезд на новый домен: Выбор домена. Парковка домена. Склейка домена
* Переезд на новый хостинг. Рекомендации по выбору хостинга
* Переезд на новую CMS: Проблемы. Как переезжать

ХЭШТЕГИ.

ТЕОРИЯ КОМПОЗИЦИИ. ТЕОРИЯ ЦВЕТА

* Как использовать Хэштеги в SEO. Способы подбора хэштегов
* Теория композиции. Базовые понятия. Композиционный центр. Выделение центра композиции. Динамика в композиции
* Правило Золотого сечения. Правило Третей. Значение фокусных точек. Примеры, кадрирование, динамика
* Теория цвета при разработке дизайна сайтов. Рекомендации по применению цветовых решений в разных тематиках. Цветовые схемы и их источники

# КОНКУРЕНТЫ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

* Агрегаторы
* Сервисы локальных бизнесов. Отображение на картах
* Автоген мета-данных

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА (24 ч.)

# ЧТО ТАКОЕ КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА?

* Принцип работы контекстной рекламы Google, Yandex, Bing, etc
* Где размещается контекстная реклама?
* Какие цели и задачи выполняет контекстная реклама?
* Основные модели тарификации. Основные понятия и термины
* Контекстная реклама как инструмент интернет-маркетинга

# ЭТАПЫ РАБОТ В КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЕ.

* Постановка цели. Анализ сайта
* Оптимизация целевых страниц (landing page)

Выбор рекламной платформы

# РАБОТА С АККАУНТОМ GOOGLE ADWORDS.

* Создание аккаунта Google AdWords
* Внешний вид аккаунта.Пошговая регистрация аккаунта AdWords
* Создание и структура центра клиентов AdWords
* Выбор способа оплаты. Промокоды
* Настройка аккаунта Google AdWords
* Настройка доступа к аккаунту
* Связь AdWords c Google Analytics и Web Master Tool
* Настройка оповещений Google AdWords
* Правила Google в отношении рекламы

# СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ GOOGLE ADWORDS

* Структура аккаунта Google AdWords
* Типы рекламных кампаний. Основные настройки таргетинга
* Модели управления ставками. Стратегии назначения ставок
* Стратегии назначения ставок

# ПОДБОР КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ GOOGLEADWORDS

* Подбор ключевых слов. Планировщик ключевых слов
* Сервисы подбора ключевых слов. Комбинаторика
* Типы соответствия ключевых слов. Минус-слова
* Практические задания. Работа над поисковыми запросами

# СОЗДАНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЙ В GOOGLEADWORDS

* Форматы объявлений
* Создание объявлений. Поисковая сеть. Расширения объявлений
* Использование динамической вставки. А/Б тестирование объявлений

# КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНАЯ СЕТЬ (КМС)

* Основные понятия КМС. Типы таргетинга в КМС
* Создание объявлений. Контекстно-медийная сеть

# РЕМАРКЕТИНГ

* Определение ремаркетинга
* Принцип работы ремаркетинга. Основные виды ремаркетинга
* Общая последовательность. Создание ремаркетинговой кампании

# ОСНОВЫ ВИДЕО РЕКЛАМЫ

* Определение видео рекламы. Основные понятия
* Создание канала Youtube. AdWords для видео

# АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ GOOGLE ADWORDS

* Ключевые показатели эффективности (KPI). Основные методы анализа
* Использование фильтров, сегментов, срезов данных
* Анализ рентабельности рекламы (ROI)

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ GOOGLE ADWORDS

* Что можно оптимизировать в ррс-кампаниях Google AdWords?
* Методы оптимизации. Автоматизированные правила. Скрипты Google AdWords

# ОТЧЁТЫ В GOOGLE ADWORDS

* Виды отчётов. Настройка отчётов
* Автоматизация отправки отчётов

# КАК СТАТЬ СЕРТИФИЦИРОВАННЫМ СПЕЦИАЛИСТОМ ПО GOOGLE ADWORDS?

* Сайты, которые нужно читать ррс-специалисту. Вспомогательные сервисы
* Материал для подготовки к экзаменам Google AdWords

# РАБОТА С АККАУНТОМ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ.

* Создание аккаунта Яндекс.Директ
* Внешний вид аккаунта. Структура аккаунта

› Пошговая регистрация аккаунта Яндекс Директ
› Выбор способы оплаты
› Настройка аккаунта Яндекс.Директ
› Основные настройки аккаунта Яндекс.Директ. Настройка доступа к аккаунту
› Связь Директ c Яндекс Метрикой. Настройка оповещений Яндекс.Директ

# СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ.

› Структура аккаунта Яндекс.Директ

› Стратегии управления рекламными кампаниями

› Особенности ценообразования

› Онлайн интерфейс Яндекс.Директ, Яндекс.Коммандер и Excel

› Пошаговое создание и настройка рекламных кампаний

› Создание объявлений. Виртуальная визитка

# ПОДБОР КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

› Подбор ключевых слов. Типы соответствия

› Минус-слова. Работа над поисковыми запросами

# РЕКЛАМНА СЕТЬ ЯНДЕКСА (РСЯ)

› Основные понятия РСЯ. Возможности

› Типы таргетинга в РСЯ. Создание объявлений в РСЯ

# РЕТАРГЕТИНГ

› Ретаргетинг. Условия ретаргетинга

› Настройка ретаргетинга и его анализ

# АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

› Ключевые показатели эффективности (KPI).Основные методы анализа

› Использование фильтров, сегментов, срезов данных › Анализ рентабельности рекламы (ROI)

# ОПТИМИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

› Методы оптимизации в Яндекс.Директ

› Оптимизация Поисковой РК. Оптимизация РК в РСЯ

# ОТЧЁТЫ В ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

› Виды отчётов. Настройка отчётов

› Автоматизация отправки отчётов

# КАК СТАТЬ СЕРТИФИЦИРОВАННЫМСПЕЦИАЛИСТОМ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ?

› Сайты, которые нужно читать ррс-специалисту Яндекс.Директ

› Вспомогательные сервисы Яндекс.Директ

› Материал для подготовки к экзаменам Яндекс.Директ

ИТОГИ, ВЫВОДЫ И ОСНОВНЫЕ СОВЕТЫ ДЛЯ УСПЕШНОГО ВЕДЕНИЯ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

Частые ошибки ведения контекста

› «Фишки» для улучшения эффективности контекста

› Краткий обзор других систем ppc (Bing Ads, Бегун)

› Тестирование по PPC

АНАЛИТИКА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ (6 ч.)

* Аналитика в интернет-маркетинге. Google Analytics и Яндекс Метрика
* Работа с GTM. Настройка ремаркетинга через Google Analytics
* Цели и события. Электронная торговля
* Call-tracking

Практика (100 ч.)

* Формирование маркетингового отдела
* Способы монетизации полученных знаний
* Разработка маркетинговой стратегии для собственной компании
* Еженедельные практикумы по проектам студентов