

**Рабочие программы учебных модулей  
дополнительной общеразвивающей общеобразовательной программы  
“Специалист по интернет-маркетингу”**

**Рабочая программа модуля 1 “Актуальные вопросы стратегии и  
позиционирования в Интернет-маркетинге”**

**Аннотация:** Модуль посвящен изучению стратегий развития компании и особенностей работы с целевой аудиторией в интернет-маркетинге. Слушатели знакомятся с основными этапами разработки стратегии интернет-маркетинга, изучают методы анализа рынка, конкурентов и целевой аудитории, а также осваивают основы стратегического планирования и работы с каналами трафика. Важной частью модуля является рассмотрение понятий уникального торгового предложения (УТП), позиционирования и взаимодействия с аудиторией через воронку продаж.

**Ожидаемые результаты освоения модуля:** Ожидаемым результатом обучения на данном модуле является получение слушателями знаний и навыков, необходимых для разработки стратегий развития компании в интернет-маркетинге, анализа рынка и целевой аудитории, формирования УТП и эффективного взаимодействия с клиентами через различные каналы трафика. По окончании модуля слушатели должны уметь планировать и реализовывать маркетинговые кампании в Интернете, направленные на достижение конкретных бизнес-целей и повышение конкурентоспособности компании на рынке.

**Содержание модуля:**

**Тема 1. Стратегия развития компании.** Вопросы по теме: Место и роль интернет-маркетинга в стратегии развития компании. Задачи интернет-маркетинга в контексте развития компании. Аудит актуального состояния системы электронного маркетинга компании. Анализ рынка. Анализ конкурентов. Сбор сформированного, конкурентного и смежного спроса. Сегментирование целевой аудитории и использование воронки продаж. Этапы процесса разработки стратегии и основы технологии позиционирования в интернет-маркетинге. Видение, миссия, ценности организации. Основы стратегического планирования, проработка каналов и инструментов трафика.

**Тема 2. Понятие целевой аудитории в интернет-маркетинге.** Вопросы по теме: Методы изучения, характеристики и типы целевой аудитории. Сегментирование целевой аудитории. Внешние и внутренние признаки целевой аудитории. Модель 5W. Составление портрета типичного пользователя (аватара). Понятия «воронка продаж», «конверсия», «лид», «лидогенерация». Виды воронок продаж: стандартная и дополненная.

**Тема 3. Понятие УТП.** Вопросы по теме: Понятие позиционирования в интернет-маркетинге. Отличие УТП от позиционирования и акции. Составляющие элементы УТП. Стратегии разработки УТП. Этапы разработки УТП. Визуализация, креатив и другие элементы, влияющие на позиционирование. Виды УТП, ложное УТП.

**Тема 4. Маркетинговый бюджет.** Вопросы по теме: Прогнозирование спроса на услуги предприятия. Виды маркетинговых бюджетов в среде Интернет. Методы определения маркетингового бюджета в среде Интернет.

*Практическое задание по темам: На основе полученных теоретических знаний и освоенных на практических занятиях умений и навыков слушатели анализируют базу клиентов компании, проводят сегментирование рынка, определяют целевую аудиторию компании (ЦА), подробно описывают*

потребности («боль») целевых клиентов, их основные характеристики, определяют УТП, анализируют 1-2 конкурентов (их позиционирование в интернете на примере их соц. сети, сайта)

Промежуточная аттестация по модулю - тестирование.

## **Рабочая программа модуля 2 “Продвижение в сети Интернет”**

**Аннотация:** Модуль “Продвижение в интернете” предназначен для обучения слушателей различным методам и инструментам продвижения компаний и услуг в сети. Включает такие темы, как поисковая оптимизация (SEO), маркетинг в социальных сетях (SMM), таргетированная и контекстная реклама, email-маркетинг, веб-аналитика и продвижение в Telegram и Яндекс.Бизнес. Отдельные блоки посвящены управлению репутацией и продвижению на маркетплейсах. Завершает модуль тема маркировки рекламы в интернете.

**Ожидаемый результат от освоения модуля:** Ожидаемым результатом освоения модуля “Продвижение в интернете” является получение слушателями навыков и знаний, необходимых для эффективного продвижения компаний и услуг в интернете. После изучения данного модуля слушатель должен уметь разрабатывать и реализовывать стратегии продвижения, выбирать оптимальные каналы и инструменты коммуникации с целевой аудиторией, анализировать результаты и оценивать эффективность проведенных кампаний.

### **Содержание модуля:**

**Тема 1. Поисковая оптимизация сайта (SEO).** Вопросы по теме: Цель SEO-оптимизации. Как поисковые системы оценивают сайты. Алгоритмы работы поисковых машин. Факторы ранжирования. Работа с погрядчиками. SEO-аудит. Семантическое ядро сайта. Оптимизация технических характеристик сайта. Оптимизация структуры сайта. SEO-оптимизированный контент. Идеи для информационного контента.

*Практическое задание по теме 4.1:*

1. Для любого предприятия провести SEO аудит сайта конкурента по параметрам: возраст домена; показатели авторитетности DA, PA, TUЦ.
2. Для любого предприятия провести SEO аудит по параметрам: количество проиндексированных страниц;
3. Для любого предприятия провести SEO аудит по параметрам: ключевые слова, по которым сайт в ТОП поисковых систем; приблизительная посещаемость сайта и структура трафика;
4. Для любого предприятия провести SEO аудит по параметрам: скорость загрузки сайта по сравнению со средним по рынку.

**Тема 2. SMM-маркетинг.** Вопросы по теме: Актуальность Social Media Marketing (SMM) и введение в дисциплину контент-маркетинга. Оформление сообщества в соцсети ВКонтакте. Виды постов (публикаций) в контент-маркетинге: вовлекающие, виральные, продающие посты. Особенности текста в контент-маркетинге, различие текстов в SMM. Основы копирайтинга. Контент для социальной сети ВКонтакте. Источники контента. Контент-стратегия и контент-план.

*Практические занятия: Изучение инструментов графического редактора. Примеры создания быстрых шаблонов. (3 ак. часа)*

*Практическое задание по итогам практического занятия. На основе полученных теоретических знаний и освоенных на практических занятиях умений и навыков слушатели создают графическую обложку для сообщества в ВКонтакте и графический шаблон поста.*

*Практическое задание по теме 4.2. На основе полученных теоретических знаний и освоенных на практических занятиях умений и навыков слушатели формируют контент-стратегию и контент-план для продвижения своей компании (или виртуальной компании, по выбору слушателей), делают примеры 3 информационных и 3 продающих постов.*

**Тема 3. Таргетированная реклама.** Вопросы по теме: Анализ конкурентов. Создание портрета целевой аудитории. Форматы рекламы, стратегии размещения под разные цели. Структура рекламного кабинета. Рекламный бюджет. Экономическая эффективность рекламной кампании в Интернете. Настройка и запуск таргетированной рекламы. Оценка результатов. Планирование рекламных кампаний.

*Практическое занятие: Определить бюджет на таргетированную рекламу в ВКонтакте. Рассмотреть цели таргетированной рекламы. В рекламном кабинете запустить тестовую таргетированную рекламную кампанию. (2 ак. часа)*

*Практическое задание: Настроить текстово-графическую рекламную кампанию для своей компании (либо виртуального предприятия, по выбору слушателя).*

**Тема 4. Контекстная реклама (Яндекс Директ).** Вопросы по теме: Контекстно-медийная реклама в КМС и РСЯ. Настройка контекстной рекламы в поисковых системах. Семантика, минус-фразы, запрещенные площадки. Сервис WordStat. Цели рекламной кампании, стратегии. Рекламный бюджет. Яндекс.Метрика: как отслеживать результат и почему без системы аналитики нельзя давать рекламу. Создание визуального контента для рекламы.

*Практическое задание: Настроить текстово-графическую рекламную кампанию для своей компании (либо виртуального предприятия, по выбору слушателя).*

*Практическое занятие: Создание визуального контента для рекламы. (4 ак. часа).*

**Тема 5. E-mail маркетинг.** Вопросы по теме: Основные средства почтового директ - маркетинга и типы электронных сообщений. Повышение продаж с помощью email - маркетинга: привлечение новых клиентов и удержание лояльных. Сегментирование целевой аудитории подписчиков. Эффективный сбор базы подписчиков: автоматизированные сервисы email – маркетинга. Создание высокоэффективных и запоминающихся писем. Интеграция социальных сетей с email -рассылками. Анализ и оптимизация email – рассылок.

*Практическое задание: 1. Написать эффективный коммерческий текст для любого предприятия. 2. Разослать коммерческий текст по базе клиентов. 3. Оценить основные показатели эффективности рассылки*

**Тема 6. Веб-аналитика.** Вопросы по теме: Что такое Web-аналитика и как ее использовать. Сквозная аналитика в работе компании. Сайт.

Маркетинговые коммуникации. CRM-системы. Телефония для сквозной аналитики. Вебвизор от Яндекс.Метрики. Использование UTM-меток. Отслеживание целей в Яндекс.Метрике. Стандартные отчеты Яндекс.Метрики. Создание пользовательских отчетов в Яндекс.Метрике.

**Тема 7. Продвижение через Яндекс Бизнес, Телеграм.** Вопросы по теме: Какие возможности предоставляет Яндекс Бизнес для продвижения компаний? Как создать и настроить профиль компании в Яндекс Бизнес? Как использовать возможности Телеграмма для продвижения компании? Какие инструменты для продвижения доступны в Телеграме? Как создать и продвигать канал или группу в Телеграме для своей компании? Как использовать чат-боты для автоматизации общения с клиентами в Телеграме?

**Тема 8. Управление репутацией.** Вопросы по теме: Что такое управление репутацией в интернете и зачем оно нужно? Какие инструменты используются для мониторинга упоминаний о компании в интернете? Как управлять негативными отзывами и жалобами клиентов? Как использовать социальные сети для улучшения репутации компании? Какие методы используются для создания положительного образа компании в глазах потребителей? Как работать с отзывами на различных платформах и как отвечать на них? Как использовать SERM (Search Engine Reputation Management) для управления репутацией компании в поисковых системах?

**Тема 9. Продвижение на маркетплейсах и Avito.** Вопросы по теме: Каковы особенности продвижения товаров на различных маркетплейсах (Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет и т. д.)? Как выбрать подходящий маркетплейс для продвижения своего товара или услуги? Какие стратегии и тактики продвижения работают наиболее эффективно на различных маркетплейсах? Как анализировать результаты продвижения на маркетплейсах и оценивать его эффективность? Каковы особенности работы с аудиторией на площадках типа Avito? Какие инструменты и методы продвижения наиболее эффективны на Avito? Как оптимизировать свой профиль и объявления на Avito для повышения эффективности продвижения? Как анализировать эффективность продвижения на Avito и принимать решения на основе полученных данных?

**Тема 10: Маркировка рекламы в интернете.** Вопросы по теме: Что такое маркировка рекламы и зачем она нужна? Какие существуют стандарты маркировки рекламы? Как маркировать рекламу в зависимости от ее формата и места размещения? Какие инструменты и сервисы используются для маркировки рекламы? Как отслеживать эффективность рекламной кампании с учетом маркировки? Какие требования к маркировке рекламы предъявляются в разных странах и регионах? Как интегрировать маркировку рекламы в существующую рекламную стратегию? Какие риски связаны с нарушением правил маркировки рекламы и как их избежать? Как использовать данные о маркировке для оптимизации рекламных кампаний?

Промежуточная аттестация по модулю - тестирование.

Главной проверкой знаний и навыков, полученных после обучения, становится защита выпускных аттестационных работ.