

**Название учреждения повышения квалификации:**

Täiskasvanute hariduskeskus MTÜ

**Название учебной программы:**

Цифровой маркетинг, E-MAIL маркетинг, воронки продаж, социальные сети

**Учебная группа:**

Маркетинг и реклама

**Уровни обучения:**

Обучение без отрыва от производства для взрослых

**Язык обучения:**

Русский

**Время:**

Круглый год

**Информация для записи на обучение:**

Регистрация на сайте, по электронной почте или по телефону.

**Целевая группа и условия начала обучения:**

На обучение принимаются на основании заявки взрослые (с 18 лет), у которых отсутствуют предварительные знания и навыки в маркетинге. На обучение принимаются желающие, у которых есть базовые знания английского языка или кто может быстро пользоваться онлайн-переводчиком, у которых есть возможность использовать компьютеры и у которых есть желание развиваться в области э-маркетинга как специалист и добиться реальной работы по профессии.

**Группа:**

Минимальная группа 8 человек.

**Общий объем обучения (ак.т.):**

100 академических часов, из них

- 85 акт.т. это теория

- 15 акт.т. это самостоятельная работа

**Методы обучения:**

Теоретические лекции.

Практическое обучение состоит из выполнения различных заданий.

Самостоятельная работа:

Обработка материалов, полученных на лекциях по теории и выполнение домашних заданий.

## **Цель обучения:**

В рамках обучения вы научитесь понимать основы продаж и маркетинга, как это работает, электронный маркетинг и какие действия можно выполнить в электронном письме, чтобы успешно его настроить как бизнес в виртуальном мире.

## **Результаты обучения:**

По окончании обучения маркетолог:

- Понимает основные правила мира маркетинга
- Знает портрет различных клиентов
- Умеет планировать и ставить цели маркетинговой стратегии и маркетинговой кампании
- Оценивает эффективность интернет-маркетинговой кампании, используя различные методы анализа данных.
- Оценивает эффективность интернет-маркетинговой кампании, используя различные методы анализа данных.
- Имеет навыки работы с различными медиа каналами
- Измеряет прибыльность интернет-маркетинга

## **Содержание обучения:**

### **Вводная часть в мир цифрового 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

4 ак.ч

### **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?

12 ак.ч

### **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.

5 ак.ч

### **4. Email маркетинг:**

- 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

8 ак.ч

### **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

10 ак.ч

## **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

6 ак.ч

## **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

12 ак.ч

## **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 видео контента на канале

10 ак.ч

### **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

3 ак.ч

### **Инструменты для аналитики:**

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

5 ак.ч

### **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

5 ак.ч

### **Чат боты:**

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

5 ак.ч

### **Описание среды обучения:**

Обучение проходит в формате электронного обучения в среде ZOOM.

### **Используемое оборудование:**

лекционная доска, компьютер.

**Используемые учебные материалы:** раздаточные материалы и презентации. Все студенты будут добавлены в один онлайн-чат из они могут задавать вопросы и получать дополнительную поддержку.

### **Список учебных материалов:**

Материалы, подготовленные преподавателем во время обучения, остаются после окончания обучения для учеников.

### **Требования к завершению обучения, включая методы оценки и критерии оценки:**

Участие по крайней мере в 80% часов является обязательным условием для выпуска.

## **Метод оценки. Критерии оценки**

Письменный теоретический итоговый тест. Не менее 60 % правильных ответов должно быть выполнено. Все домашние задания выполнены и учтены.

## **Документы, которые необходимо выдать:**

Свидетельство, если требования для окончания обучения выполнены.  
Свидетельство выдается в соответствии с количеством контактных часов, но не в том случае, если ученик присутствовал не более получаса.

## **Квалификация, образование и опыт работы, необходимые для проведения обучения:**

Не менее 5 лет опыта в маркетинге и быть активным в области обучения.

**Преподаватели:** Елена Федорова — эксперт в области цифрового маркетинга. Опыт работы более 5 лет и имеет соответствующее образование. Гари Лямин — эксперт по интернет-маркетингу. Более 6 лет опыта работы маркетологом в различных компаниях.

**Учебный план утвержден:** 01.04.2022

**Место и адрес проведения обучения без отрыва от производства:** Обучение проходит в среде Zoom.

**Цена:** 1950 евро + НДС / 2340 евро цена с НДС, т.е. цена 19,5 + НДС / 23,4 евро с НДС