

Программа обучения включает:

- ✓ Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии.
- ✓ Каналы продвижения и инструменты в цифровом-маркетинге. Web-аналитика и usability. Поисковая оптимизация (SEO).
- ✓ Реклама и продвижение. Маркетинг в социальных сетях (Содержание SMM).
- ✓ Основы создания web-сайта компании.
- ✓ Особенности разработки плана интернет-маркетинга организации.
- ✓ Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга.
- ✓ Инструменты интернет-маркетинга
- ✓ Разработка стратегии продвижения в интернете
- ✓ Управление реализацией стратегии продвижения
- ✓ Практикум по программе «Современные маркетинговые технологии: комплексное продвижение проекта в интернет среде (со знанием контент-маркетинга)»

Консультации

Итоговый экзамен

**Цель программы:** является формирование у будущих специалистов комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании или предприятия

**Задачи курса:**

дать слушателям знания и навыки интернет маркетинговой деятельности в специфической области – сфере услуг, необходимые и достаточные, как для более углубленного изучения данной дисциплины, так и для применения их в реальную практику предприятий сферы услуг.

В результате освоения слушатель **будет знать:**

- методы проведения маркетингового исследования;
- понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).

В результате освоения слушатель должен уметь:

- Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- Использовать инструменты проектного управления успешными брендами;
- Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги);
- Управлять продажами товаров и услуг;
- Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании;
- Формировать имидж и деловую репутацию организации;
- Продвигать товары (услуги) организации на рынок;
- Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики;
- Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий;
- Проводить анализ результативности коммуникационной политики;
- Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики.

В результате освоения слушатель овладеет следующими практическими навыками:

- первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;
- подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений;
- размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе;
- составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- составление стратегии поискового продвижения;
- анализ поведения посетителей веб-сайта;
- сбор статистических и аналитических данных.

**В результате обучения специалист будет обладать профессиональными компетенциями**, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

- Составление контекстно-медийного плана продвижения
- Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта

- Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем.
- Составление контекстно-медийного плана продвижения
- Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт
- Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта
- Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»