Moscow
Business School
Leadership Energy

Интернет-маркетинг: практический интенсив

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 4 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 08.12.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Система инструментов интернет-маркетинга. Основы веб-аналитики

Исследования и тенденции

- Особенности интернет-пользователей в мире и России
- Сегментирование целевой аудитории для целей продвижения в интернете
- Современные подходы
- Маркетинговые исследования в Сети
- Определение спроса на продаваемые товары и/или услуги. «Подводные камни» расчетов

Стратегия продвижения в интернете

- Система интернет-маркетинговых инструментов: веб-аналитика, веб-сайт, поисковое продвижение, реклама в интернете, работа с социальными медиа
- Этапы разработки стратегии продвижения в интернете. Составление бизнес-плана
- Основные показатели эффективности продвижения в интернете
    - Конверсия, предельная стоимость привлечения одного клиента. ROI

Основы веб-аналитики

- Обзор существующих систем статистики
- Инструменты оценки эффективности: Яндекс Метрика, Яндекс Вебмастер, Google Analytics, дополнительные инструменты анализа
- Инструменты ведения внутренней финансовой статистики
- Показатели эффективности продвижения сайта
    - Количественные показатели: количество визитов, количество посетителей и т.д.
    - Качественные показатели: отказы, количество просмотренных за визит страниц, время, проведенное посетителем на сайте и т.д.
- Анализ конверсии сайта и способы ее увеличения
- Определение промежуточных этапов конверсии. Расстановка целей в инструментах веб- аналитики
- Формирование «воронки» продаж

Практикум: «Разработка стратегии продвижения в интернете для собственного проекта (или компании)»

День 2

Проектирование и разработка веб-сайтов. Основы поисковой оптимизации

Определение требований к разработке веб-сайта. Проектирование

- Формулировка требований к функционалу веб-сайта
- Что такое техническое задание и из каких модулей оно состоит
- Инструменты проектирования веб-сайта
- Этапы проектирования веб-сайта
- Проектная документация
- Основные логические блоки веб-сайта
- Организационные особенности разработки макета дизайна сайта, требования, предъявляемые к навыкам веб-дизайнера

Процесс разработки веб-сайта

- Виды систем администрирования и их особенности. Как выбрать систему администрирования?
- Правила создания контента для веб-сайта с учетом специфики целевой аудитории и целей создания веб-сайта
- Виды контентного наполнения веб-сайта. Источники получения контента для сайта
- Юридические аспекты создания веб-сайта для сторон, участвующих в процессе

Основы поисковой оптимизация веб-сайта

- Определение целей поискового продвижения
- Сравнение поисковой оптимизации, проводимой собственными силами с поисковой оптимизацией, осуществляемой субподрядчиком
- Обзор существующих поисковых машин
- Порядок функционирование поисковой машины
- Понятие алгоритмов поисковой машины и история их развития
- Что и как люди ищут в интернете. Поиск глазами пользователя
- Понятие релевантности
- Основные факторы, влияющие на место сайта в поисковой выдаче
- Описание внутренних факторов поискового продвижения
- Описание внешних факторов поискового продвижения
- Описание поведенческих факторов поискового продвижения
- Этапы поискового продвижения сайта

Практикумы:

- Создание проекта сайта
- Разработка семантического ядра

День 3

Реклама в интернете

Подготовка к проведению рекламных кампаний в интернете

- Основные виды рекламы в интернете
- Особенности в формировании рекламных предложений
- Подготовка сайта к проведению рекламных кампаний в Сети
- Особенности создания и разработки лендингов
- Понятие таргетинга
- Принципы формирования сегментов для проведения рекламных кампаний в Сети

Основы контекстной рекламы

- Что такое контекстная реклама
- Системы контекстной рекламы: Яндекс.Директ, Google.Adwords
- Определение целей проведения контекстной рекламной кампании
- Определение бюджета контекстной рекламной кампании
- Показатели эффективности контекстной рекламной кампании
- Этапы создания контекстной рекламной кампании
- Составление рекламных объявлений
- Анализ получаемых результатов и внесение изменений в проводимую рекламную кампанию
- Сколько стоит проведение контекстных рекламных кампаний

Баннерные рекламные кампании. Особенности и секреты

- Сущность баннерной рекламы
- Виды и форматы баннеров
- Применение модели AIDA при разработке баннерной рекламной кампании
- Использование специальных алгоритмов проведения баннерных рекламных кампаний («воронка продаж»)
- Медиапланирование
- Современные системы закупки и размещения баннерной рекламы в интернете
- Анализ проведения баннерной рекламной кампании

Видеореклама

- Реклама на YouTube

Практикум: «Разработка медиаплана для проведения контекстной рекламной кампании»

День 4

Продвижение в социальных медиа. PR в интернете

Стратегия продвижения в социальных медиа

- Понятие социальных медиа
- Виды социальных медиа
- Тенденции развития социальных сетей
- Обзор современных социальных медиа (наиболее популярные площадки)
- Особенности и классификация пользователей социальных сетей
- Цели продвижения в социальных медиа
- Показатели эффективности продвижения в социальных медиа
- Подготовка документов, описывающих правила поведения кампании в социальных медиа

Особенности продвижения в социальных сетях

- Понятие SMO
- Сущность и цели SMM
- Стратегический план SMM (Аналитический блок, Маркетинговый блок, Медиапланирование, Креативный блок, Сопроводительный блок)
- Брендовая страница компании, сообщество, группа: правила создания
- Регулярные работы в группе
- Привлечение в группу друзей и особенности работы с ними

Основы рекламной кампании в социальных сетях

- Виды рекламы в социальных сетях
- Особенности планирования и проведения рекламных кампаний в социальных сетях
- Показатели эффективности рекламной кампании в социальных сетях
- Форум как разновидность социальных медиа
- Влияние мероприятий, проводимых в социальных медиа, на общие бизнес-процессы компании
- Сколько стоит продвижение в социальных медиа

Дополнительные инструменты продвижения в социальных медиа

- Блоги
- Понятие вируса и вирусного маркетинга
- PR в интернете как часть общей PR-кампании
- Разработка общей PR-стратегии
- Работа с негативными отзывами
- Основы email-маркетинга

Практикум: «Разработка стратегии продвижения в социальных медиа»