Moscow
Business School
Leadership Energy

Трафик-менеджер и специалист по современным SMM

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

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

Дата начала: 05.11.2025

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

Программа обучения

День 1

Введение в профессию трафик-менеджера

- Задачи и возможности трафик-менеджера
- Воронка продаж
- Целевая аудитория и позиционирование
- Инструменты аналитики — SimilarWeb и Popsters
- Анализ конкурентов

Инструменты привлечения трафика

- SEO
- Контекстная реклама
- Соцсети
- Реклама

Анализ эффективности продвижения

- Базовые понятия вэб-аналитики
- Google Analytics и Яндекс. Метрика
- Подключение и настройка рекламных кабинетов
- A/B тестирования
- Виды отчетов в рекламном кабинете
- Анализ эффективность рекламной кампании

Практикум «Анализ сайта конкурентов»

День 2

Реклама в ВК

- Тренды развития соц сетей
- Целевая аудитория ВК
- Основные отличия ВК от других сетей
- Рекламный кабинет ВК
- Возможности и форматы продвижения
- Создание целевых сообществ
- Настройка таргетинга
- Тестирование рекламных кампаний
- Анализ результатов рекламных кампаний

Реклама в Телеграмм

- Телеграмм: Анализ интерфейса, преимущества Телеграмм канала, Виды использования
- Создание телеграмм канала. Возможности визуального контента
- Реклама в чатах telegram и рассылках в личные сообщения
- Подбор и анализ телеграм-каналов
- Создание UTM меток к публикации
- Анализ рекламной кампании, выводы и дальнейшие действия
- Виды и преимущества ботов
- 2 способа рекламы в телеграм через бота: бот-администратор канала/чата и воронка чат-бота в онлайн-конструкторе
- Создание и подключение бота телеграм

Возможности Яндекс.Дзен

- Платформа Дзен. Особенности площадки
- Целевая аудитория Дзена
- Создание канала в Дзене
- Стратегия продвижения
- Личный кабинет. Рекламные форматы Дзена. Запуск рекламных компаний
- Работа с материалами и редактором статей на Дзене
- Способы монетизации на Дзене

- Нативные интеграции
- Анализ эффективности компании

Практикум «Разработка рекламной кампании»