

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Худин Александр Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.03.2024 09:34:20
Уникальный программный ключ:
08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaf0ee37e73fa19

Аннотация к Модулю 3. Инструментарий интернет-маркетинга

Изучение модуля предусматривает освоение 5-и тем и направлено на формирование профессиональных компетенций, продиктованных профессиональным стандартом «06.043 Специалист по интернет-маркетингу, утверждённого приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н:

- способен осуществлять подбор площадок для размещения объявлений;
- способен проводить исследование поведения посетителей веб-сайта;
- способен проводить подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Темы и содержание модуля представлены в таблице.

Таблица

Наименование тем	Содержание
Тема 3.1 SEO: сущность и технологии. Управление репутацией	Сущность поисковых систем. Составляющие SEO-продвижения: качество и количество трафика, органика. Типы SEO-оптимизации. Аудит сайта перед оптимизацией. Объем органического трафика. Семантическое ядро. Подбор ключевых фраз. Кластеризации и распределение ключевых фраз. Верстка и другие технические аспекты ресурса. Внутренние факторы: мета-теги, контент, техническая оптимизация. Структура контента на страницах сайта. Скорость работы. Качество материалов на ресурсе. Количество обратных ссылок. Факторы успешной оптимизации сайта. Методы SEO-продвижения. Внешние, поведенческие и коммерческие факторы ранжирования. Мобильный поиск. Прогнозирование результатов, контроль и аналитика. Управление репутацией в интернете (ORM) Цели и задачи ORM. Этические аспекты.

	<p>Этапы ORM: анализ, стратегия, реализация. Определение тотальности и репутации. Инструменты управления репутацией. Мониторинг упоминаний в интернете (соцсети, СМИ, отзывы и комментарии). Актуальные инструменты мониторинга. Управление репутацией в поисковых системах (SERM). Работа с отзывами, работа с форумами, PR статьи. Работа по запросам конкурентов. SEO и KPI для SERM, как прогнозировать результат. Ключевые тренды в управлении репутацией</p> <p>Особенности SEO-продвижения. Составляющие SEO-продвижения: качество и количество трафика, органика. Типы SEO-оптимизации. Аудит сайта перед оптимизацией. Объем органического трафика. Семантическое ядро. Верстка и другие технические аспекты ресурса. Структура контента на страницах сайта. Скорость работы. Качество материалов на ресурсе. Количество обратных ссылок. Факторы успешной оптимизации сайта. Методы SEO-продвижения. Сущность и взаимосвязь ORM и SERM. Суть ORM, как это работает. Цели и задачи ORM и SERM.</p> <p>Основные методы SERM: как влиять на результаты поисковой выдачи. Работа с негативом: с отзывами, упоминаниями, комментариями. Как правильно отрабатывать негатив? Где встречается негатив: СМИ, соцсети, отзывы и другие ресурсы? Как противостоять информационной атаке? Инструменты SERM. Удаление информации. Юридический способ. Размещение PR-публикаций и иного контента.</p>
<p>Тема 3.2 Медийная реклама и RTB (Real-time bidding): охват и/или целевые пользователи. Контекстная реклама в Yandex Direct</p>	<p>Основы медийной рекламы: понятие, сущность. Форматы оплаты и типы размещений, таргетинг и наценки. Баннерная реклама, запуск рекламной кампании. Видеореклама, rich media, спецпроекты, брендинг. RTB-аукцион. Виды RTB-рекламы. Платформа для проведения торгов (Rtb.Sape, RTB-</p>

	<p>Media, Target RTB) Медиаплан. Сущность контекстной рекламы. Аукцион в контекстной рекламе, типы ключевых фраз, операторы и типы соответствий. Медиапланирование поисковых кампаний. Структура рекламного аккаунта, типы объявлений. Аналитика рекламной кампании. Достоинства и недостатки контекстной рекламы.</p> <p>Медийная реклама. Сущность и особенности медийной рекламы. Форматы медийной рекламы: баннеры, видеореклама, аудиореклама. Real-time Bidding (RTB): достоинства и недостатки. Контекстная реклама: принципы работы и особенности. Методы работы: анализ и обсуждение, рефлексия.</p> <p>Сравнительная характеристика запуска контекстной рекламы в в Яндекс.Директ. Типы соответствия ключевых слов в контекстной рекламе. По заданному шаблону разработать бриф рекламной кампании, рассчитать медиаплан.</p>
<p>Тема 3.3 Маркетплейсы</p>	<p>Сущность и виды маркетплейсов. Подготовка к работе с маркетплейсами. Запуск рекламной кампании в различных интерфейсах. Управление рекламными кампаниями и аналитика в маркетплейсах.</p> <p>Особенности работы маркетплейсов. Наиболее популярные отечественные и зарубежные онлайнплатформы. Сравнительная характеристика интернет-магазинов и маркетплейсов. Модели работы маркетплейсов. Динамика и пргноз развития маркет плейсов в России. Плюсы и минусы работы на маркетплейсах.</p> <p>Разработка рекламной кампании на площадке маркетплейса по шаблону.</p>
<p>Тема 3.4 SMM (Social Media Marketing) – маркетинг в социальных сетях. Таргетированная реклама в социальных сетях</p>	<p>Сущность SMM (Social Media Marketing). Стратегия в SMM. SMM-менеджер: знания, навыки, обязанности. Категории контента. Источники трафика. Возможности продвижения в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассниках. Оценка эффективности SMM. Коэффициент</p>

	<p>увеличения аудитории. Охват постов. Доля голоса в социальных сетях. Показатели кликабельности и отказов. Сущность таргетированной рекламы. Подготовка к созданию рекламной кампании. Создание таргетированной рекламной кампании в социальной сети ВКонтакте. Работа с парсерами.</p>
	<p>Особенности SMM-технологий. Сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM. Сущность и инструментарий таргетированной рекламы в социальных сетях. Алгоритм работы парсера.</p>
	<p>Достоинства и недостатки парсинга Создание программы продвижения в личном кабинете социальной сети ВКонтакте.</p>
<p>Тема 3.5 Веб-аналитика: максимум информации об эффективности сайта, источниках трафика и целевой аудитории</p>	<p>Сущность веб-аналитики. Яндекс.Метрика: базовые понятия, настройка. Обзор интерфейса, основные отчеты. Анализ источников трафика, анализ трафика конкурентов. Ошибки в сборе и интерпретации данных.</p>
	<p>Комплексная веб-аналитика: цифровая аналитика; конверсионная оптимизация; юзабилити.</p>
	<p>Составить аналитический отчет о результатах настройки контекстной рекламы в Yandex Direct по шаблону.</p>