

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 2023.10.10 09:54:19

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaf0ee37e73fa19

Аннотация к Модулю 2. Маркетинговые исследования и планирование в интернет-маркетинге

Изучение модуля предусматривает освоение 2-х 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 составлять стратегии поискового продвижения;
- способен осуществлять подбор площадок для размещения объявлений;
- способен проводить исследование поведения посетителей веб-сайта

Темы и содержание модуля представлены в таблице.

Таблица

Наименование тем	Содержание
Тема 2.1 Исследование целевой аудитории: портретирование, анализ сайта, Customer Journey Map	Понятие и классификация целевой аудитории. Этапы изучения и определения целевой аудитории. Особенности целевой аудитории на b2b рынке. Сегментирование и портретирование. Ошибки при определении целевой аудитории. Источники данных об аудитории. Составление УТП. Customer Journey Map (CJM). Построение карты путей пользователя. Стадии, которые проходит клиент. Точки контакта. Барьеры или проблемы, с которыми сталкивается клиент, способы их преодоления.
	Определение целевой аудитории. Провести краткий анализ целевой аудитории на выбор. Определить инструменты взаимодействия и критерии оценки эффективности.
	Построение карты путей пользователя. Стадии, которые

	<p>проходит клиент. Точки контакта. Барьеры или проблемы, с которыми сталкивается клиент, способы их преодоления.</p>
<p>Тема 2.2 Медиапланирование: разработка комплексной стратегии и ее оценка</p>	<p>Сущность и этапы медиапланирования. Определение текущего положения бренда, товара или услуги на рынке. Постановка целей и задач, которые должна решить коммуникация бренда. Разработка медиа стратегии для достижения целей. Тактическое медиа планирование: выбор конкретных носителей для рекламного сообщения, определение формата размещения, оптимизация размещения, составление графика выхода рекламы — медиаплана. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиа планирования.</p> <p>Эффективное медиапланирование. Цели и задачи медиапланирования. Требования к формулировке целей (SMART). Этапы медиапланирования. Возможности методики медиапланирования. Виды медиапланирования по степени точности, по стадиям разработки, по типам целей. Понятие мишени и ее типы. Понятие рейтинга носителя рекламного сообщения.</p> <p>Охват аудитории и частота рекламных контактов: основные параметры. Факторы минимальной частоты контактов с рекламой. Медиабриф. Составляющие медиабрифа.</p>