

# ШКОЛА ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТОЛОГОВ

EDU.R-TOP.RU





# ПЛАН ЗАНЯТИЙ



# 1 занятие

---

Знакомство. Организационные моменты.

## Введение в интернет-маркетинг. Мифы интернет-маркетинга.

1.1. Определение, особенности и преимущества.

1.2. Маркетинговая стратегия. Цели интернет-маркетинга. SMART цели. KPI. УТП.  
Целевая аудитория.

1.3. Стратегии интернет-маркетинга.

1.4. Анализ собственной компании, анализ конкурентов.

1.5. Основные инструменты интернет-маркетинга, их особенности и отличия.

Резюме. Ответы на вопросы.

Д/з: Сформировать цели интернет-маркетинга. Определить каналы продвижения, с которыми предстоит работать. Определить цели для каждого канала. Написать на каждый продукт УТП. Сделать анализ собственной компании и анализ конкурентов.



# 2 занятие

---

Проверка домашнего задания. Разбор сложных моментов.

## Семантическое ядро.

### Как его сформировать и где использовать?

2.1. Составление ключевых слов с точки зрения языка.

2.2. Способы сбора запросов.

2.3. Инструменты сбора и анализа запросов, использование Wordstat и Key Collector.

2.4. Кластеризация ключевых слов, определение целевых страниц.

2.5. Анализ страниц сайта на релевантность.

2.6. Инструменты сбора позиций.

2.7. Анализ видимости сайта по собранному СЯ.

2.8. Применение СЯ.

Резюме. Ответы на вопросы.

Д/з: Формирование СЯ для своего сайта. Сбор позиций.



# 3 занятие

---

Проверка домашнего задания. Разбор сложных моментов.

## SEO-продвижение, часть 1.

### Как и какие сайты продвигать в поисковых системах?

- 3.1. Преимущества и недостатки поискового продвижения.
- 3.2. Как устроены поисковые системы?
- 3.3. Определение «индексации», «релевантности» и «ранжирования».
- 3.4. Что такое «поисковая оптимизация»?
- 3.5. Цели и задачи поисковой оптимизации.
- 3.6. Этапы и методы поисковой оптимизации.

- 3.7. Внешние и внутренние факторы ранжирования.
- 3.8. Аудит сайта и настройка основных компонентов.
- 3.9. Регистрация сайта в поисковых системах, настройки инструментов для вебмастеров (Яндекс.Вебмастер, Search Console).

Резюме. Ответы на вопросы.

Д/з: Изучить дополнительные материалы. Провести SEO-аудит сайта.



# 4 занятие

---

Проверка домашнего задания. Разбор сложных моментов.

## Контекстная реклама. Яндекс.Директ и Google AdWords.

- 4.1. Основы контекстной рекламы, как это работает.
- 4.2. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.
- 4.3. Таргетинг и его виды.
- 4.4. Ценообразование, модели оплаты, места показа объявлений.
- 4.5. Основные системы размещения контекстной рекламы, их сравнение.
- 4.6. Особенности семантического ядра для контекстной рекламы, минус-слова.
- 4.7. Прогноз и медиаплан, структура рекламных кампаний.
- 4.8. Формирование объявлений и определение посадочных страниц.
- 4.9. UTM-метки.
- 4.10. Настройка и запуск РК, ключевые параметры.
- 4.11. Стратегии показа и управление ставками.
- 4.12. Аукционные войны: перегрев и кликивание, методы защиты.
- 4.13. Ведение и оптимизация РК, настройка аналитики.
- 4.14. Оценка эффективности РК.
- 4.15. Ремаркетинг и ретаргетинг.

Резюме. Ответы на вопросы.

Д/з: Изучить дополнительные материалы. Сформировать рекламную кампанию в Яндекс.Директ или Google AdWords.



# 5 занятие

---

Проверка домашнего задания. Разбор сложных моментов.

## Введение в SMM и таргетированную рекламу.

- 5.1. Назначение, кому подходит.
- 5.2. Преимущества и недостатки.
- 5.3. Виды социальных медиа.
- 5.4. Маркетинговые коммуникации в соцсетях.
- 5.5. Особенности продвижения в соцсетях.
- 5.6. Скрытый SMM-маркетинг.
- 5.7. Основы таргетированной рекламы.
- 5.8. Целевая аудитория для рекламы в соцсетях.
- 5.9. Коммерческие факторы.

Резюме. Ответы на вопросы.

Д/з: Изучить дополнительные материалы. Разработать медиа-план для SMM. Доработать SEO-аудит от 3 занятия.

## SEO-продвижение, часть 2.

- 5.10. Поведенческие факторы.
- 5.11. Внешняя оптимизация сайта.
- 5.12. Ссылочные факторы.
- 5.13. Особенности продвижения в Яндекс и Google.
- 5.14. Связь SEO и контент-маркетинга.



# 6 занятие

---

Проверка домашнего задания. Разбор сложных моментов.

## Юзабилити и проектирование сайта. Контроль качества WEB-ресурса. А/В-тестирование.

- 6.1. Основы юзабилити и проектирования.
- 6.2. Как увеличить конверсию с помощью юзабилити?
- 6.3. Создание прототипов и дизайна.
- 6.5. Подготовка эффективного контента.
- 6.6. Написание эффективных текстов.
- 6.8. Как должна выглядеть продающая страница?
- 6.9. Разработка landing page.
- 6.10. Проверка гипотез, А/В-тестирование.
- 6.11. Анализ эффективности изменений.
- 6.12. Мифы юзабилити.
- 6.13. Основы тестирования WEB-ресурса.
- 6.14. Проверка качества функционала сайта.

Резюме. Ответы на вопросы.

Д/з: Выполнить юзабилити-анализ сайта.





# 7 занятие

---

Проверка домашнего задания. Разбор сложных моментов.

## WEB-аналитика.

### Какие показатели считать и как добиться продаж?

7.1. Основы WEB-аналитики (на примере систем Яндекс.Метрика и Google Analytics).

7.2. Основные настройки и инструменты.

7.3. Основные статистические показатели интернет-проекта.

7.4. Цели сайта и конверсия, воронка целей.

7.5. Оценка эффективности продвижения с помощью систем веб-аналитики.

7.6. Воронка продаж, песочные часы маркетинга, клиентогенерация.

7.7. Поэтапный анализ процесса покупки или заказа.

7.8. Разбор популярных ошибок.

7.9. Увеличение конверсии сайта.

Резюме. Ответы на вопросы.

Д/з: Подготовить отчет о посещаемости ресурса, источниках трафика, совершаемых конверсиях.



# 8 занятие

---

Проверка домашнего задания. Разбор сложных моментов.

## Экзамен. Подведение итогов курса.

8.1. Итоговое тестирование.

8.2. Разбор ошибок.

8.3. Ответы на вопросы.

8.4. Сертификация.