

**Перечень тем
программы повышения квалификации
«Интернет-маркетинг и веб-аналитика»,
40 часов**

Тема 1. Введение в интернет-маркетинг и основы анализа рынка.

Определение и цели интернет-маркетинга. Экосистема цифрового маркетинга: обзор основных каналов и инструментов интернет-маркетинга (SEO, контент-маркетинг, контекстная и таргетированная реклама, email-маркетинг, SMM и др.). Главные тренды в интернет-маркетинге: мобильный маркетинг, видеомаркетинг, искусственный интеллект, автоматизация, персонализация.

Тема 2. SEO и контент-маркетинг.

Основы SEO: принципы работы поисковых систем, факторы ранжирования, поисковая оптимизация сайта и контента. Ключевые слова: подбор ключевых слов, анализ частотности и конкурентности запросов, использование инструментов для подбора ключевых слов (Google Keyword Planner, Яндекс.Wordstat). Контент-маркетинг: создание и распространение ценного и релевантного контента для привлечения и удержания целевой аудитории, виды контента (тексты, изображения, видео, инфографика, подкасты).

Тема 3. Контекстная реклама.

Принципы контекстной рекламы: как работает контекстная реклама, виды контекстной рекламы, преимущества и недостатки. Google Ads и Яндекс.Директ: обзор платформ, основные настройки, типы кампаний, таргетинг. Ключевые показатели эффективности (KPI): CTR, CPC, CPA, ROI, конверсии.

Тема 4. Таргетированная реклама в социальных сетях.

Таргетированная реклама в социальных сетях: принципы работы, возможности таргетинга, преимущества и недостатки. Facebook Ads Manager, Instagram Ads: Обзор платформ, основные настройки, типы кампаний, таргетинг. Креативы для таргетированной рекламы: Форматы, требования, лучшие практики.

Тема 5. Email-маркетинг и автоматизация.

Email-маркетинг: виды email-рассылок (рекламные, транзакционные, триггерные), цели и задачи email-маркетинга. База подписчиков: методы привлечения подписчиков, сегментация базы подписчиков. Автоматизация email-маркетинга: триггерные рассылки, персонализация, инструменты автоматизации (Mailchimp, SendPulse).

Тема 6. SMM (Social Media Marketing): углубленный анализ и стратегии

SMM-стратегия: цели и задачи SMM, определение целевой аудитории, выбор социальных сетей, разработка контент-стратегии. Контент в социальных сетях: виды контента (тексты, изображения, видео, stories, прямые эфиры), правила создания контента, вовлечение аудитории. Анализ

эффективности SMM: ключевые показатели эффективности (охват, вовлеченность, трафик, конверсии), инструменты аналитики.

Тема 7. Стратегия интернет-маркетинга и отчетность.

Комплексная стратегия интернет-маркетинга: интеграция всех инструментов интернет-маркетинга, определение целей и задач, разработка стратегии продвижения. KPI: определение ключевых показателей эффективности для каждого канала и для стратегии в целом. Отчетность: создание отчетов об эффективности маркетинговых кампаний, анализ результатов, выводы и рекомендации.

Тема 8. Введение в веб-аналитику и настройка инструментов.

Основные понятия и метрики веб-аналитики (трафик, источники, поведение, конверсии). Обзор основных инструментов веб-аналитики: Google Analytics и Яндекс.Метрика (сравнение и выбор). Создание аккаунта и установка кодов отслеживания на сайт (практические советы и рекомендации). Настройка целей и событий в Google Analytics и Яндекс.Метрике. Фильтры и сегменты: как очистить данные и выделить целевую аудиторию.

Тема 9. Анализ основных отчетов и показателей.

Обзор интерфейса Google Analytics и Яндекс.Метрики: основные разделы и отчеты. Анализ источников трафика. Анализ поведения пользователей (время на сайте, просмотры страниц, показатель отказов). Анализ конверсий (оформление заказов, подписки, скачивания). Анализ аудитории (демография, интересы, география). Создание пользовательских отчетов и дашбордов.

Тема 10. А/В-тестирование и оптимизация сайта.

Понятие А/В-тестирования и цели его проведения. Основные этапы А/В-тестирования: формулировка гипотезы, создание вариантов, запуск теста, анализ результатов. Инструменты для А/В-тестирования: Google Optimize, Optimizely. Примеры А/В-тестов для улучшения различных показателей сайта (заголовки, кнопки, формы, контент). Анализ результатов А/В-тестов и принятие решений на основе данных. Кейсы успешного применения А/В-тестирования.