Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Менеджер по маркетингу и рекламе: от анализа рынка до рекламной кампании с применением ИИ

Код курса: **МАРКЕТ**

Тема	Ак. часов
Модуль 1. Роль маркетинга и маркетинговое мышление • роль маркетинга в бизнесе; • потребность, ценность, обмен; • маркетинг как связка продукта, клиента и денег; • типовые ошибки: путать маркетинг с рекламой или продажами. Короткий разбор: чем маркетинговая задача отличается от рекламной задачи. Результат: схема «продукт - клиент - ценность - действие». ИИ используется только для быстрых черновиков вопросов и примеров. Акцент: сначала рамка преподавателя, затем генерация.	**4**
Модуль 2. Исследование рынка, клиента и конкурентов • источники данных: сайт, отзывы, выдача, Wordstat, рекламные кабинеты, открытые исследования; • анализ конкурентов без копирования их решений; • поиск барьеров выбора в отзывах и поисковых запросах; • исследовательская гипотеза и проверка источниками. • Типы маркетинговых исследований и выбор метода под задачу: когда достаточно открытых данных, а когда нужны интервью, опрос или внешнее исследование. **Практика:** собрать 5-7 рыночных наблюдений по выбранному продукту и разделить их на факты, гипотезы и вопросы для проверки. ИИ помогает сформулировать гипотезы и сводку. Без собственных источников ответ нейросети считается черновиком, а не аналитикой.	**4**
Модуль 3. Сегментация, ЦА и позиционирование • сегментирование и выбор целевого сегмента; • описание аудитории через ситуацию выбора, а не только пол и возраст; • барьеры, мотивы, критерии доверия; • позиционирование и обещание бренда. **Практика:** составить карту сегментов и выбрать один приоритетный сегмент для рекламной кампании. ИИ генерирует варианты сегментов и формулировок. Проверяем их через данные из модуля 2.	**4**
Модуль 4. Продукт, бренд и ценностное предложение • продукт и уровни ценности; • бренд как набор ожиданий и сигналов; • УТП, оффер, доказательства; • жизненный цикл продукта и задачи коммуникации. **Практика:** собрать оффер по схеме «кому - какая ценность - почему верить - что сделать дальше». ИИ помогает сравнить варианты оффера. Разберете слабые формулировки: общие слова, неподтвержденные обещания, неверный тон.	**4**

Модуль 5. Маркетинговые коммуникации и рекламные сообщения • выбор канала под задачу и аудиторию; • сообщение, аргумент, доказательство, призыв; • креативная идея и ее связь с позиционированием; • адаптация сообщения под стадию воронки. • Коммуникационная стратегия бренда: единое сообщение и tone of voice в рекламе, контенте, на сайте и в коммуникации с клиентом. **Практика:** подготовить 4-5 вариантов рекламного сообщения и оценить их по критериям курса. ИИ используется для вариантов заголовков, сообщений и креативных направлений. Решение принимает человек по заданным критериям.	**4**
Модуль 6. Digital-реклама и планирование кампаний • контекстная реклама: спрос, ключевые запросы, прогнозы; • таргетированная реклама: аудитории, гипотезы, креативы; • посадочная страница и связь с рекламным сообщением; • медиаплан, бюджетные допущения, базовые метрики. **Практика:** собрать черновик рекламной кампании: цель, канал, аудитория, сообщение, посадочная страница, KPI. ИИ помогает подготовить варианты объявлений и чек- лист проверки посадочной страницы. Данные берутся из реальных инструментов и открытых источников.	**6**
Модуль 7. Аналитика, бюджет, воронка и ИИ • воронка и CJM в рекламной логике; • KPI: показы, клики, заявки, стоимость заявки, конверсия; • ROMI и план-факт без иллюзии точного прогноза; • отчет: что произошло, почему, что проверять дальше. **Практика:** разобрать упрощенный отчет кампании и сформулировать выводы для руководителя или клиента. ИИ помогает структурировать выводы, но не придумывает причины без данных. Если цифр нет, модель должна запросить исходную таблицу.	**4**
Модуль 8. Итоговый маркетинговый план • рынок и аудитория; • позиционирование и оффер; • каналы, рекламные сообщения, KPI; • приложение: как использовался ИИ и какие выводы проверены. **Защита мини-плана.** Показать не только итог, но и путь: источники, гипотезы, решения, ограничения. ИИ допускается. Нельзя сдавать «готовый ответ из чата» без источников, критериев и объяснения решений.	**2**
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**32 ак.ч. + 32 ак.ч. самостоятельно**

По окончании обучения на курсе проводится итоговая аттестация. Аттестация проводится в виде теста на последнем занятии или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения на курсе.

Контакты центра

Для частных лиц
+7 (495) 232-32-16

Для организаций
+7 (495) 780-48-44

E-mail
info@specialist.ru