Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Интернет - маркетинг для руководителей

Код курса: **МАРКРУК**

Тема	Ак. часов
Модуль 1. Где рекламщики теряют ваших клиентов: аудитория, воронка и точки потери денег • Бизнес-задачи и маркетинговые цели: что интернет-маркетинг должен приносить компании. • Целевая аудитория: потребности, мотивы, барьеры и критерии выбора. • Проверка реального спроса с помощью Яндекс Wordstat. • Анализ отзывов клиентов в Яндекс Картах и 2ГИС. • Ценностное предложение: почему клиент должен выбрать именно вас. • Цифровой путь клиента: от возникновения потребности до повторной покупки. • Воронка продаж: обращение, целевой лид, продажа и повторная продажа. • Показатели, которые связаны с деньгами, и показатели, создающие только видимость результата. • Использование ChatGPT, Алисы AI и DeepSeek для анализа отзывов, сегментации и проверки гипотез. **Практическая работа:** анализ спроса и отзывов, определение мотивов клиентов и построение упрощенной карты пути клиента. **Самостоятельная работа:** доработка карты пути клиента и определение основных точек потери конверсии.	**4**
Модуль 2. Сайт-пылесос: как понять, куда исчезают посетители и рекламный бюджет • Сайт, лендинг, маркетплейс, социальные сети, карты и мессенджеры в системе интернет-маркетинга. • Коммерческие и некоммерческие цели сайта. • Структура страницы с учетом задач клиента и поискового спроса. • Оффер, доказательства, снятие риска и призыв к действию. • Юзабилити сайта, мобильная версия и конверсионные элементы. • Типичные ошибки, из-за которых посетитель не совершает целевое действие. • Базовые требования к домену, хостингу, CMS, аналитике, доступам и безопасности. • Исполнители интернет-проектов: штатный специалист, фрилансер, агентство или консультант. • Бриф, постановка задачи и критерии приемки работы подрядчика. • Использование ИИ для экспресс-аудита страницы и подготовки управленческого задания. **Практическая работа:** экспресс-аудит своей или учебной страницы, поиск точек потери клиента и подготовка задания подрядчику. **Самостоятельная работа:** доработка управленческого задания с результатом, сроком и проверяемыми критериями приемки.	**4**

Модуль 3. Медиаплан без фокусов: как проверить, куда подрядчик предлагает потратить бюджет • Каналы привлечения трафика и их принципиальные отличия. • Яндекс Директ, VK Реклама, SEO, контент, email, мессенджеры, карты и партнерские размещения. • Краткосрочная и долгосрочная стратегия продвижения интернет-проекта. • Выбор каналов с учетом продукта, спроса и цикла сделки. • Видимость компании в поиске, на картах и в ответах ИИ. • Медиаплан: бюджет, показы, переходы, лиды и продажи. • Проверка исходных данных и допущений в медиаплане. • CPL, CAC, средний чек, маржинальность, LTV и ROMI. • Расчет допустимой стоимости лида и клиента. • Базовый, оптимистичный и стрессовый сценарии продвижения. • Использование ИИ для проверки формул, расчетов и логики медиаплана. **Практическая работа:** подготовка упрощенного медиаплана в Яндекс Таблицах на основе данных «Прогноза бюджета» Яндекс Директа, расчет стоимости лида и клиента. **Самостоятельная работа:** доработка медиаплана, расчет допустимой стоимости привлечения и подготовка вопросов к подрядчику.	**4**
Модуль 4. Яндекс Метрика как детектор проблем: где отчет скрывает потери бюджета • События, цели и ключевые действия пользователя. • UTM-метки и правила определения источников трафика. • Яндекс Метрика, рекламные кабинеты, коллтрекинг и CRM. • Связь источника обращения с заказом и оплатой. • Модели атрибуции и причины расхождений между отчетами. • Как отличить рост полезного трафика от роста посещаемости без продаж. • Поиск точек потери конверсии. • Примеры отчетов о продвижении и их ключевые показатели. • Управленческий дашборд: какие показатели контролировать руководителю. • Приоритизация гипотез и оценка результатов изменений. • Работа с постоянными клиентами, автоматические коммуникации и повторные продажи. • Использование ИИ для анализа выгрузок и подготовки управленческого отчета. • Проверка выводов ИИ, конфиденциальность данных и ответственность за решения. **Итоговая практическая работа:** анализ учебного отчета Яндекс Метрики и таблицы продаж, поиск проблемы, формулирование гипотезы и подготовка управленческого дашборда из 5-7 ключевых показателей.	**4**
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**16 ак.ч. + 16 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