Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Интернет - маркетинг: таргетированная реклама

Код курса: **СММ2**

Тема	Ак. часов
Модуль 1. Основы рекламы в социальных сетях • Знакомство с интернет-рекламой. Понятия эффективности: ROI, CPC, CTR, CPM и т.п. • Особенности восприятия контента в социальных сетях. • ВКонтакте, Одноклассники, Телеграм – их аудитория и рекламные возможности. • Понятие таргетинга, виды таргетингов. Понятие ретаргетинга, базовые принципы ретаргетинга. Собственные аудитории: посетители сайта, аудитории из CRM, «look-a-like», аудитории сообществ. • Соблюдение законодательства и маркировка рекламы ЕРИД. • Обзор трендов и инструментов в таргетированной рекламе: видеореклама, сториз, инфлюенсер-маркетинг, UGC (user-generated content), AI(искусственный интеллект) и машинное обучение.	**4**
Модуль 2. Реклама в социальной сети «ВКонтакте» • Рекламная система ВКонтакте. Заведение рекламной кампании для стороннего сайта (настройка таргетингов, создание объявлений) • Обзорно: реклама в видео, реклама в подкастах, реклама в маркетплейсе, реклама в сториз, реклама в мини-приложениях, реклама в мессенджере и реклама в музыке. • Способы сбора и анализа аудитории: сегментация по поведению, интересам и покупкам, а также использование пикселя ВКонтакте. • Системы сбора аудитории (парсинга). “Церебро” и другие системы. • Создание рекламы: формула написания продающего текста по модели AIDA. • Правила размещения рекламы и специфика модерации. • Особенности ценообразования таргетированной рекламы. • Размещение в сообществах напрямую - плюсы и минусы.	**8**
Модуль 3. Возможности видеорекламы в совместном промо • Обзор возможностей партнерской рекламы в Тик Ток, Likee, Яппи и Ютуб. • Знакомство с совместным промо и работой с блогерами. • Учёт эффективности сотрудничества. • Пример практического кейса. • Вставка обзора на курс “Контекстная реклама”.	**2**
Модуль 4. Дополнительные сервисы для создания и сопровождения рекламы • Как сделать свой SMM продающим, на что делать упор в нынешних условиях, как провести анализ конкурентов, как писать продающие тексты. • Грамотный SMM для совместной работы команды на бесконечном холсте на примере доски ЭсБорд (https://sboard.online/). • Первый сайт под продажу своих товаров/услуг на конструкторе Taplink. • Онлайн-запись и автоматизация клиентской базы на примере Yclients. • Использование фотостока. Фотографии для SMM и создания рекламных креативов в таргете.	**8**

Модуль 5. Анализ и оптимизация таргетированной рекламы • Анализ рекламных кампаний при помощи инструментов соцсетей. • KPI и показатели эффективности вашей рекламы. • Необходимость использования Яндекс.Метрики. • Оценка эффективности рекламных кампаний и формирование нужных отчетов. • Интерпретируем результаты и формируем новые гипотезы. • Как проводить A/B- и сплит-тестирования, анализировать и интерпретировать результаты тестирования, используя статистические методы и инструменты.	**2**
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**24 ак.ч. + 24 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