Высшая школа современных социальных наук (факультет)

МГУ имени М.В. Ломоносова.

Межфакультетский курс, весна 2020 г.

**1. Введение в цифровой маркетинг (совместный курс с компанией «Яндекс»).**

 **Introduction to Digital Marketing (Joint Course with Yandex).**

*Авторы курса:*

*Гребенюк Александр Александрович,*

*Зимова Наталья Сергеевна,*

*Давыдовская Анна Александровна*

**2. Аудиторных часов –** 24

**3. Время:** 17:00-18:30

**4. Аннотация.** В настоящее время цифровая сфера является самой молодой и быстроразвивающейся отраслью знаний. На наших глазах появляется целый комплекс наук и направлений практической деятельности, сфокусированных на изучении «цифровых следов», электронных профилей и моделей поведения человека в виртуальном пространстве глобальной сети.

Учитывая данную тенденцию, ВШССН МГУ имени М.В. Ломоносова совместно с компанией «Яндекс», одним из лидеров IT-индустрии России, предлагает Вам новый межфакультетский курс «Введение в цифровой маркетинг**».**

Цифровой маркетинг отличается от классического использованием принципиально иных каналов и способов коммуникации.
Цель этого курса показать способы и возможности применения знаний классического маркетинга в цифровой среде.
Лекторами курса выступят ведущие сотрудники компании «Яндекс», носители передовых навыков и компетенций в этой сфере. Данный МФК будет интересен студентам (бакалаврам, магистрам и аспирантам), которые только начинают работать в маркетинге или планируют это делать в ближайшее время.

**5. Темы курса:**

1. Цифровой маркетинг, введение: специфика, игроки, задачи, стратегии
2. Цифровой маркетинг: инструментарий, каналы цифровых коммуникаций, маркетинговая воронка, терминология
3. Performance-маркетинг: портрет целевой аудитории, работа с посадочной страницей, a/b тестирование, лиды
4. Сайтостроение: для чего и кому нужен сайт, типы сайтов, способы создания сайтов, что важно при создании и наполнении сайта
5. Контент-маркетинг: задачи, вовлечение и удержание аудитории, метрики эффективности
6. Медиапланирование: медийная и контекстная реклама, принцип показа, места показа, принцип оплаты
7. Медиапланирование: этапы создания рекламной кампании
8. Медиапланирование: креативы, инстайты, стоит ли доверять машинному обучению
9. Веб-аналитика: принцип работы, терминология, задачи и возможности
10. Медиапланирование: анализ эффективности рекламной кампании
11. TTL в диджитал: тренды, новинки
12. Медийная реклама: виды, задачи, видеомаркетинг и понятие OLV, инструменты оценки

**6. Вопросы к зачету:**

1. Что такое цифровой маркетинг.
2. Особенности цифрового маркетинга, задачи и стратегии.
3. Основные каналы цифрового маркетинга.
4. Цель и основные составляющие Performance-маркетинга.
5. Как правильно проводить рекламную кампанию.
6. Как осуществлять медиапланирование в digital.
7. Как составить свой медиаплан.
8. Как создать собственный сайт.
9. Современные технологии создания сайтов.
10. Зачем нужна веб-аналитика.
11. Как осуществляется анализ информации о посетителях сайта.
12. Задачи, решаемые при помощи веб-аналитики
13. Виды легальных бизнесов в интернете
14. Анализ эффективности рекламной кампании
15. Принципы создания креативов
16. Стадии принятия решения (маркетинговая воронка) и задачи маркетинга
17. Какие бывают источники трафика.
18. Задачи контент-маркетинга.
19. Способы и места размещения контента.
20. Методы TTL в диджитале.
21. Продвижение товаров и услуг с помощью видеоматериалов.
22. Особенности видео маркетинга в digital.
23. Главные тренды в диджитал-маркетинге.