



ПРОГРАММА СЕМИНАРА «Эффективный Интернет-маркетинг»

ВЕДУЩИЙ: д. э. н., руководитель практики маркетингового консалтинга PM TEAM
Сергей Петрович Казаков

1. ДЛИТЕЛЬНОСТЬ СЕМИНАРА

Программа рассчитана на 8 академических часов. Возможно разбиение программы на 2 модуля по 4 академических часа каждый.

2. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СЕМИНАРА

Мероприятие ориентировано на специалистов всех уровней, отвечающих за продвижение брендов и корпоративные коммуникации:

- ✓ Руководителей и специалистов служб продаж и маркетинга;
- ✓ Бренд-менеджеров ;
- ✓ Специалистов PR-служб.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ СЕМИНАРА

В результате прохождения семинар-тренинга «Эффективный Интернет-маркетинг» участники:

- ✓ овладеют комплексом навыков, необходимых для самостоятельной реализации Интернет-кампаний;
- ✓ смогут оперативно оценивать эффективность продвижения в Интернете и максимально быстро корректировать политику продвижения;
- ✓ научатся грамотно ставить задачи, целевые показатели, определять эффективные бюджеты, координировать и контролировать работу исполнителей (веб-студий, рекламных агентств и т.п.);
- ✓ поймут, как эффективно увязывать Интернет-маркетинг с другими видами маркетинговых активностей.

4. ОРГАНИЗАЦИЯ СЕМИНАРА

Форма проведения. Занятие проводится в форме интерактивной рабочей сессии, которая обеспечивает командную работу всех участников и активную вовлеченность в обучающий процесс. По каждой теме проводится разбор кейсов из зарубежной и российской практики, а также анализ конкретных ситуаций из опыта участников тренинга.

Семинар рассчитан на 8-16 сотрудников одной компании или группы компаний.

№ п/п	Тема	Длительность, ак. ч.
1	Как учитывать актуальные тенденции и параметры рынка для повышения эффективности Интернет-маркетинга? Обзор состояния рынка Интернет-маркетинга и ключевые тенденции развития на ближайшие 3-5 лет, которые необходимо учитывать при	0,7

	разработке Интернет-кампаний	
2	<p>Как эффективно управлять Интернет–кампанией?</p> <p>Рабочая сессия: «Постановка задач и определение ключевых параметров Интернет-кампании» Разбор кейсов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определение целей и задач Интернет-кампании, соответствующих маркетинговой стратегии продукта • Определение оптимального микса инструментов и ресурсов • Минимизация бюджета при сохранении высокой результативности проведения Интернет-кампании • Проактивное управление параметрами Интернет-кампании 	2,3
3	<p>Возможности и ограничения различных типов Интернет-ресурсов: поисковые системы, информационные порталы, специализированные сайты, социальные сети, блогосфера</p> <p>Обзор российской и зарубежной практики работы на различных Интернет-площадках и использования широкого спектра инструментов Интернет-маркетинга.</p>	0,5
4	<p>Как выбрать эффективные технологии реализации задач Интернет-продвижения?</p> <p>Рабочая сессия: Классификация и оценка различных методов и инструментов Интернет-маркетинга Разбор кейсов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбор механизмов продвижения • использование типовых методов продвижения (поисковая оптимизация, контекстная, поисковая и медийная реклама) • продвижение в new media – в социальных сетях, блогах, на форумах и др. • pr в Интернете • event в Интернете • ключевые фактора успеха Интернет-кампании 	3,5
7	<p>Как минимизировать риски снижения эффективности позиционирования продукта в Интернет-среде?</p> <p>Рабочая сессия «Управление рисками при запуске и реализации Интернет-кампании» Разбор кейсов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определение основных угроз для Интернет- проекта (технических, социальных, экономических) • методы предупреждения и коррекции негативных последствий рисков 	0,6
8	<p>Подведение итогов. Тесты на усвоение материала. Вручение сертификатов.</p>	0,4
	Итого	8