

## ПРОГРАММА УЧЕБНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

### «Эффективный Интернет-маркетинг: как эффективно организовать продвижение в социальных медиа и измерить результаты»

Цель курса – формирование системного представления у слушателей о возможностях и ограничениях интернет-ресурсов для решения задач продвижения товаров и услуг, знакомство с конкретными инструментами работы с аудиторией социальных медиа.

Курс ориентирован на руководителей и специалистов отделов продаж, маркетинга, а так же всех, кто интересуется вопросами продвижения в социальных медиа.

| № п/п   | Тема. Вид активности.  | Время, ак. ч. |
|---|--|---------------|
| 1   | Введение. Задачи курса. Формат работы.   | 0,2           |
| 2   | Обзор ключевых тенденций развития социальных медиа и подходов к продвижению в веб-среде.<br>Какие задачи можно решать в социальных сетях, блогосфере, на форумах, на площадках с видео-сервисами.  | 0,5           |
| 3   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Место и роль активностей в социальных медиа в общей системе маркетинговых активностей компании.</li> <li>• Технология постановки целей продвижения в социальных медиа.</li> <li>• Формирование основной идеи кампании по продвижению, выбор формата работы с аудиторией.</li> <li>• Особенности работы с группой, сообществом, страница компании/бренда, корпоративные и персональные блоги.</li> </ul> | 0,7           |
| 4   | <b>Практикум: создание группы и сообщества: с чего начать, основные ошибки и примеры удачных решений из практики компаний.</b>   | 0,6           |
|   | КОФЕ-БРЕЙК   |               |
| 5   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Решение маркетинговых задач в социальных медиа: создание генератора популярности, выбор веб-площадок для продвижения, механизм вовлечения аудитории соц.медиа, механизм вовлечения других видов СМИ.</li> </ul>   | 0,7           |
| 6   | <b>Практикум: разбор кейсов на примерах конкретных задач участников семинара по продвижению в социальных медиа.</b>  | 0,7           |
| 7   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Построение системы воздействия уровня представления в социальных медиа на результаты продаж.</li> <li>• Организация работы с подрядчиками: постановка задач и контроль результатов.</li> </ul>  | 0,7           |
| 8   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Механизмы адаптации корпоративного сайта при запуске активностей в социальных медиа.</li> </ul> <b>Практикум: работа с контентом (тексты, изображения, видео) при продвижении в социальных медиа.</b>   | 0,7           |
| 9   | <b>Подведение итогов. Вручение сертификатов.</b>   | 0,2           |
|   | <b>Итого</b>   | <b>5</b>      |
| <b>Данная программа может быть проведена как в корпоративном, так и в открытом формате.</b> |  |               |