



598236-EPP-1-2018-1-LT-EPPKA2-CBHE-SP

Навчальна програма

Модуль М15 – Цифровий маркетинг

Version 2.0

Delivery Date: 01 July 2021

Prepared by: Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (P10)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



МЕТА МОДУЛЯ

Загальні поняття та практичні навички цифрового маркетингу, які є необхідними для ведення бізнесу інструментами веб-сайтів, email-маркетингу, мобільного маркетингу, реклами соціальних медіа, для розробки, оптимізації веб-сайтів та для проведення аналітики веб-сайтів

НАВИЧКИ ТА ВМІННЯ

Здобувачі, що успішно опанують усі теми модуля, вмітимуть:

- Розрізняти основні поняття цифрового маркетингу, зокрема мобільного маркетингу, email-маркетингу, реклами, аналітики та маркетингу в соціальних медіа
- Розрізняти основні етапи розміщення, створення, оптимізації веб-сайтів та основні складові веб-сайтів, веб-сторінок
- Розрізняти основні дії, типи профілів та публікацій в соціальних мережах
- Створювати електронні магазини на платформі CMS Wordpress з використанням плагіну електронної комерції Woocommerce
- Додавати товари в електронний магазин, а до товарів категорії, мітки, галереї зображень, атрибути, поля опису, назви, ціни
- Проводити SEO- та SMO-оптимізацію веб-сайту на платформі CMS Wordpress
- Створювати, редагувати профілі соціальних мереж
- Створювати бізнес-сторінки, події, опитування, пропозиції, групи, вакансії та магазин у Facebook
- Створювати публікації з хештегом, відміткою місця знаходження, почуття або дії
- Коментувати, ставити «вподобайки», поширювати публікації у Facebook
- Створювати механізми соціальних мереж на сайті для поширення постів сайту в соцмережі, для слідування з сайту на сторінки соцмереж та для додавання коментарів до постів сайту через профіль Facebook
- Створювати заплановані публікації у Facebook
- Створювати, розміщувати кнопки «заклики до дії» на бізнес-сторінці Facebook та на сторінках Wordpress-сайту
- Розміщувати оголошення на веб-сайтах – дошках оголошень та в групах Facebook
- Скорочувати url-посилання та відслідковувати переходи по скорочених посиланнях
- Створювати заплановані кампанії email-маркетингу та вибирати для них шаблони
- Здійснювати імпорт контактів в список контактів сервісу email-розсилок MailChimp з csv-файлу та методом вставки у відповідне поле
- Створювати форми підписки та розміщувати їхній код в коді сайту



- Створювати PopUp-форми та інтегрувати їх у електронні магазини на Woocommerce
- Адаптувати сайт під мобільні пристрої
- Перевіряти сайти на адаптивний дизайн різними методами
- Перевіряти швидкість завантаження сторінок сайту на мобільні пристрої та персональні комп'ютери
- Додавати на сайт кнопки для зв'язку через Viber, Telegram, WhatsApp та через телефон
- Створювати кампанії SMS-розсилок
- Створювати форми для збору контактів для кампаній SMS-розсилок та розміщувати їх на сайтах чи в соціальних мережах
- Проводити аналітику веб-сайту
- Підключати веб-сайти для відстеження до сервісу Google Analytics
- Створювати звіти аналітики сайту по аудиторії, джерелах трафіку, поведінці відвідувачів, конверсії та аналізувати дані в режимі реального часу
- Створювати цілі в Google Analytics для підрахунку коефіцієнта конверсій

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Рівень модуля:	Розширений
Мова:	Українська
Облікове навантаження:	3 кредити ЄКТС
Орієнтовні часові затрати:	
- Очна форма	15 днів по 6 годин на день
- Дистанційна	до 15 тижнів по 6 годин в тиждень
Сертифікація:	Заключний екзамен

ПОПЕРЕДНІ & РЕКОМЕНДОВАНІ МОДУЛІ

Сертифікати за наступними модулями

- M01 Основи комп'ютера
- M02 Основи інтернету



ТЕМА 1 ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

- 1.1 Основні поняття цифрового маркетингу**
- Передісторія та визначення терміну «Цифровий маркетинг».
 - Основні канали цифрового маркетингу.
 - Елементи цифрового маркетингу.
 - Відмінності та залежність елементів цифрового маркетингу SEM, SEO, SEA (контекстна реклама, PPC), SMM, SMO, SMA.
 - Цілі цифрового маркетингу.
 - Переваги, недоліки та обмеження цифрового маркетингу.
 - Основні юридичні норми, права та зобов'язання під час операцій цифрового маркетингу в Україні.
- 1.2 Планування цифрового маркетингу**
- Елементи стратегії цифрового маркетингу.
 - Фірмовий стиль в цифровому маркетингу.
 - Типи контенту для посилення трафіку та посилення взаємодії з клієнтом
 - Політика та контроль доступу для персоналу, який використовує цифрові маркетингові рахунки.

ТЕМА 2 СТВОРЕННЯ, ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ВЕБ-САЙТІВ

- 2.1 Основні поняття створення веб-сайтів**
- Можливі рішення для представлення цифрового маркетингу в інтернеті.
 - Етапи становлення та розробки веб-сайтів.
 - Система управління контентом (CMS) та найпоширеніші з них.
 - Процес створення сайту на платформі CMS Wordpress.
 - Створення електронного магазину.
- 2.2 Характеристика веб-сайтів**
- Основні частини веб-сайту
 - Основні складові веб-сторінки.
 - Процес підключення до сайту на платформі Wordpress + Woocommerce та налаштування плагіну контактних форм Contact Form 7.
 - Аналіз вимог до розробки дизайну веб-сайту.
 - Аналіз вимог до контенту сайту.
 - Методи просування сайту.
- 2.3 Оптимізація веб-сайтів**
- Пошукова оптимізація (SEO).
 - Ключові слова.
 - Елементи, які впливають на SEO-оптимізацію.
 - SEO-оптимізація wordpress-сайту.
 - Оптимізація сайтів під соціальні медіа (SMO).
 - SMO-оптимізація wordpress-сайту.



ТЕМА 3 СОЦІЛЬНІ МЕДІА, ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА ТА НАЛАШТУВАННЯ

- 3.1 Платформи соціальних медіа**
- Платформи соціальних медіа.
 - Загальні елементи маркетингової кампанії в соціальних медіа (SMM).
- 3.2 Профілі соціальних медіа**
- Типи профілів соціальних медіа.
 - Створення та редагування бізнес-профілів.
 - Дії в соціальних мережах.
 - Створення та редагування публікації.

ТЕМА 4 УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ МЕДІА

- 4.1 Сервіси для управління соціальними медіа**
- Сервіси для управління соціальними медіа, найпоширеніші з них та планування публікацій з їх використанням.
 - Планування публікацій в соціальній мережі Facebook.
- 4.2 Маркетинг і рекламна діяльність**
- Маркетинг впливу.
 - Визначення цільової аудиторії.
 - Таргетована (цільова) реклама.
 - Роль відео-маркетингу.
 - Маркетинг рефералів та відгуків.
 - URL-скорочувач та його використання для відстеження вхідних посилань.
 - Важливість вірусного маркетингу.
 - Належна практика створення контенту соціальних медіа.
- 4.3 Залучення клієнтів, лідогенерація та генерація продажів**
- Належна практика SMM для лідогенерації та генерації продажів.
 - Використання закликів до дії в SMM.
 - Платформи онлайн-оголошень як інструменти для лідогенерації та генерації продажів.

ТЕМА 5 ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ ТА ОНЛАЙН-РЕКЛАМА

- 5.1 Онлайн-реклама**
- Класифікація онлайн-реклами.
 - Основні елементи контекстної реклами.
 - Платформи для маркетингу пошукових систем (SEM).
 - Платформа Google Ads. Зв'язок та відмінності платформ Google Ads (AdWords) та Google AdSense.
 - Платформи онлайн-реклами та спонсорована публікація.



5.2 Email-маркетинг

- Необхідність email-маркетингу.
- Платформи для email-маркетингу та найпоширеніші з них.
- Реєстрація профілю на платформі для email-маркетингу.
- Зв'язок платформи «MailChimp» з плагіном Woocommerce
- Імпорт контактів в платформу для email-маркетингу
- Створення форм підписки та інтеграція їх на сайт для отримання контактів
- Надсилання email-повідомлень та вибір шаблону листа
- Створення та планування кампаній з розсилки
- Opt-in та opt-out

5.3 Мобільний маркетинг

- Мобільний маркетинг, причини його використання, основні переваги та недоліки
- Маркетинг мобільних додатків
- Адаптація сайту під мобільні пристрої
- Варіанти мобільної реклами
- Створення SMS-розсилки

ТЕМА 6 АНАЛІТИКА

6.1 Важливість та основні поняття аналітики цифрового маркетингу

- Важливість аналітики в цифровому маркетингу.
- Основи аналітики цифрового маркетингу.
- Спліт-тестування.
- Веб-трафік та методи його залучення. Якісний веб-трафік.
- Основні поняття веб-аналітики.
- Інструменти веб-аналітики.
- Аналітика соціальних мереж, основні поняття та поширені сервіси.
- Основні поняття аналітики email-маркетингу.
- Основні поняття аналітики онлайн-реклами.

6.2 Початок роботи в сервісі Google Analytics

- Реєстрація в сервісі Google Analytics.
- Підключення сайту до Google Analytics.
- Ієрархія в Google Analytics та обзор інтерфейсу.
- Створення звітів.
- Конверсії та створення цілей.