

Аннотация учебной дисциплины «Перформанс маркетинг»

Краткая характеристика (аннотация) учебной дисциплины (курса), включающая в себя:

Цель: обучить студентов программы использовать теоретический и практический инструментарий перформанс маркетинга в бизнес задачах.

Задачи:

- Изучить теоретические основы перформанс маркетинга.
- Изучить углубленно теоретическую базу четырех основных блоков перформанс маркетинга
- Изучить практический инструментарий перформанс маркетинга

Особенности изучения учебной дисциплины (курса) (указываются формы проведения занятий, средства и методы обучения, режим и характер самостоятельной работы)

Программа рассчитана на сильное практическое изучение перформанс маркетинга, поэтому большая часть работы будет происходить в компьютерных классах. Студенты будут ознакомлены с теоретической частью инструментария перформанс маркетинга, затем ознакомятся практически с инструментарием, под контролем преподавателя. После некоторых занятий, будут дано домашнее задание. Зачет будет в форме теста, с закрытыми, открытыми и кейсовыми заданиями. Кейсовую часть теста студенты будут индивидуально защищать перед преподавателями.

Конечные результаты изучения дисциплины (кратко)

В результате изучения дисциплины студенты научатся:

- Использовать инструменты перформанс маркетинга в бизнес целях.
- Использовать программное обеспечение и софт, использующийся в перформанс маркетинге.
- Применять различный инструментарий перформанс маркетинга в практических и теоретических целях.

Тематический план дисциплины «Перформанс маркетинг»

1. Вступительная лекция

История перформанс рекламы. Интернет покрытие. Что такое Performance? Почему Performance? Что входит в Performance? Словарь терминов. Воронка продаж. Целевая аудитория. Сегментирование аудитории. Конкурентный анализ. Landing Page. Медиапланирование.

2. Веб-аналитика

История веб-аналитики. Что такое веб-аналитика? Какие задачи решает аналитика? Инструменты веб-аналитики. Система работы веб-аналитики. UTM-метки: что это такое и как это работает? Системы веб-аналитики. Атрибуция в системах аналитики. Модель Data driven. Что такое пиксели? GTM.

3. Программатик

История становления Programmatic. Что такое и как работает RTB? Словарь терминов. Programmatic buying. DSP. Виды аукционов. Частные сделки. Waterfall публичера. Маркетплейсы. DMP. Ретаргетинг.

4. Контекстная реклама

Что такое Paid Search? Как работает Paid Search? Поисковые форматы и таргетинги. YouTube. Механика аукциона. Оптимизация рекламных кампаний. Инструменты Paid Search.

5. Реклама в социальных сетях

Что такое SMM? Таргетированная реклама в социальных сетях. Аудитория и тренды социальных сетей. Таргетинги в социальных сетях. Форматы рекламы в социальных сетях. Механика аукциона в социальных сетях. Влияние социальных сетей. Настройка РК в социальных сетях.