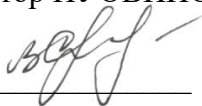


**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ – ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО И
ПОСЛЕВУЗОВСКОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТИРАСПОЛЬСКИЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НУОВППО «ТМУ»


В.В.Ястребова
«31» мая 2022 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

Наименование программы: **Е-MAIL- МАРКЕТИНГ:
увеличиваем продажи и расширяем клиентскую базу**

Категория слушателей: лица,
владеющие первоначальными навыками работы на ПК

Общая трудоемкость: 36 час.

ТИРАСПОЛЬ

1. Цель реализации программы: обучить практическим основам Е-MAIL-маркетинга, сформировать навыки и умения по созданию и редактированию,

дизайну и верстки рекламных писем, сформировать знания в области базы для рассылок, сегментации базы и работе с базой.

2. Формализованные результаты обучения:

В результате освоения курса слушатели должны владеть компетенциями:

- способностью анализировать и осуществлять выбор основных стратегий рассылок;
- способностью анализировать стратегии рассылок для розничных продаж;
- способностью разрабатывать эффективные стратегии email- маркетинга;
- владением навыками создания дизайна, верстки и подготовки текстов для разработки email- маркетинга;
- умение ставить правильные KPI (коэффициент полезного действия);
- владением навыками управления email - маркетингом как бизнес-процессом.

3. Содержание программы

3.1. Учебный план

Срок обучения – 36 часов.

Форма обучения – без отрыва от работы

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Количество часов			Форма контроля
		всего	лекции	практические занятия	
1.	Внедрение email-маркетинга	10	5	5	тестирование
2.	Инструменты email-маркетолога	8	4	4	тестирование
3.	Виды email-рассылок	4	2	2	тестирование
4.	Работа с контентом в email-маркетинге	8	4	4	тестирование
5.	Аналитика email-маркетинга	6	3	3	тестирование
6.	Итоговая аттестация	36	18	18	зачет

3.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин (модулей)	Количество часов		
		всего	лекции	практические занятия
1.	Внедрение email-маркетинга	10	5	5
1.1.	Пути сбора базы для рассылок	2	1	1
1.2.	Выбор стратегии email рассылок	2	1	1
1.3.	Сегментация базы, работа с базой	2	1	1
1.4.	Быстрое внедрение email-маркетинга	4	2	2

2.	Инструменты email-маркетолога	8	4	4
2.1	Обзор: сервисы для email-маркетолога	2	1	1
2.2	Мастер класс по сервису ExpertSender	2	1	1
2.3	Мастер-класс по быстрому созданию писем в EmailFactory	2	1	1
2.4	Мастер-класс по настройке сервиса Unisender	2	1	1
3	Виды email-рассылок	4	2	2
3.1	Ручные email-рассылки	2	1	1
3.2	Автоматическая (триггерная) рассылка	2	1	1
4.	Работа с контентом в email-маркетинге	8	4	4
4.1	Работа с текстом	2	1	1
4.2	Дизайн писем	2	1	1
4.3	HTML- верстка писем	2	1	1
4.4	Кейсы: повышение Open rate и Click rate	2	1	1
5.	Аналитика email-маркетинга	6	3	3
5.1	Техническая сторона рассылок и работа с постмастерами	2	1	1
5.2	Политика спама/антиспама при формировании email-стратегии	2	1	1
5.3	Какие показатели рассылок оценивать и анализировать	2	1	1
	Итоговая аттестация (зачет)	36	18	18

3.2. Учебная программа

Раздел 1. Внедрение email-маркетинга (10 час.)

Тема 1.1 Пути сбора базы для рассылок (2час)

Доступные пути и каналы по сбору базы данных.

Тема 1.2 Выбор стратегии email- рассылок (2час.)

Выбор правильной стратегии для рассылок.

Тема 1.3 Сегментация базы, работа с базой (2 час)

Сегментация базы данных по целевой аудитории.

Тема 1.4 Быстрое внедрение email-маркетинга(4 час.)

Навыки быстрого запуска e-mail маркетинга.

Раздел 2. Инструменты email-маркетолога (8 час.)

Тема 2.1 Обзор: сервисы для email-маркетолога (2 час)

Ознакомление с доступными сервисами, изучение их преимуществ, правильное использование сервисов в своих целях.

Тема 2.2 Мастер-класс по сервису ExpertSender (2 час.)

Ознакомиться с сервисом ExpertSender, от регистрации в сервисе до настройки и первой рассылки.

Тема 2.3 Мастер-класс по быстрому созданию писем в EmailFactory (2 час.)

Ознакомиться с сервисом EmailFactory, от регистрации в сервисе до настройки и первой рассылки.

Тема 2.4 Мастер-класс по настройке сервиса Unisender(2 час.)

Ознакомиться с сервисом Unisender, от регистрации в сервисе до настройки и первой рассылки.

Раздел 3. Виды email-рассылок (4час.)

Тема 3.1 Ручные email-рассылки (2 час.)

Рассылки e-mail вручную, основные шаги по работе с рассылками вручную.

Тема 3.2 Автоматическая (триггерная) рассылка (2 час.)

Система автоматической рассылки, специфика настройки рассылки.

Раздел 4. Работа с контентом в email-маркетинге (8 час.)

Тема 4.1 Работа с текстом (2час.)

Грамотное создание рекламных текстов для e-mail рассылок.

Тема 4.2 Дизайн писем (2час.)

Структура дизайна писем с использованием готовых шаблонов.

Тема 4.3 HTML- верстка писем(2час.)

Задачи специалиста, который будет заниматься HTML- версткой писем.

Тема 4.4 Кейсы: повышение Open rate и Click rate(2 час.)

Сущность и назначение кейсов.

Раздел 5. Аналитика email-маркетинга (6 час.)

Тема 5.1 Техническая сторона рассылок и работа с постмастерами(2час.)

Изучить и уметь пользоваться аналитикой e-mail рассылок.

Тема 5.2 Политика спама/антиспама при формировании email-стратегии(2час.)

Правильно настраивать рассылки, чтобы рассылки не попадали в спам.

Тема 5.3 Какие показатели рассылок оценивать и анализировать(2час.)

Постановка точного коэффициента полезного действия для детальной аналитики e-mail рассылок.

4. Материально-технические условия реализации программы

Лекционные и практические занятия: комплект электронных презентаций, слайдов, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер, ноутбук). Экранно - звуковые пособия, передающие содержание образования через изображение, звук, анимацию:

- электронное пособие к каждому модулю курса;
- дополнительные мультимедийные (цифровые) образовательные ресурсы, интернет-ресурсы, аудиозаписи, видеофильмы, слайды, мультимедийные презентации, тематически связанные с содержанием курса.

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места слушателей, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной среде.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

www.cossa.ru
www.cmsmagazine.ru
www.seonews.ru
www.netology.ru/blog
www.adindex.ru
www.adsoftheworld.com
www.contentmarketinginstitute.com
www.emarketer.com
www.hot-digital.ru
www.sostav.ru
www.vc.ru

5. Учебно-методическое обеспечение программы

- печатные раздаточные материалы для слушателей
- *Профильная литература:*

1. Дмитрий Демин. Email маркетинг. Как привлечь и удержать клиентов. Спб.: Питер, 2015.
2. Дмитрий Кот. Email -маркетинг. Исчерпывающее руководство. М.: Иванов и Фербер, 2013.
3. Александр Гришин . Email- маркетинг для творческих людей. М.: Издательские решения , 2014.
4. Ян Броди. Продающие рассылки. Повышаем продажи, используя email – маркетинг. М.: Иванов и Фербер, 2014.

6. Вопросы к итоговой аттестации:

***Вопросы к зачету по курсу E-MAIL- МАРКЕТИНГ:
увеличиваем продажи и расширяем клиентскую базу***

1. Основные технологии внедрения E-MAIL-маркетинга. Общая характеристика.
2. Методы сбора базы для рассылок.
3. Классификация и выбор стратегии E-MAIL – рассылок.
4. Маркетинговые исследования в области сегментации базы.
5. Оперативное внедрение E-MAIL-маркетинга.
6. Базовый инструментарий в области E-MAIL-маркетинга.
7. Сервисы для E-MAIL-маркетинга. Разновидности и общая характеристика.
8. Маркетинговые стратегии по сервису ExpertSender.
9. Маркетинговые стратегии по быстрому созданию писем в EmailFactori.
10. Маркетинговые стратегии по сервису Unisender.
11. Типология E-MAIL- рассылок.
12. Ручные E-MAIL-рассылки.
13. Триггерные рассылки в E-MAIL-маркетинге.
14. Система работы с контентом в E-MAIL-маркетинге.
15. Работа с текстом как составная часть контент-плана.
16. Дизайн писем как важная составляющая работы с контентом.
17. HTML- верстка писем. Понятие, технологии.
18. Кейсы: повышение Open rate и Click rate.
19. Методы и принципы аналитики в E-MAIL-маркетинге.
20. Технические стороны рассылок и работа с постмастерами.
21. Политика спама / антиспама при формировании E-MAIL- стратегии.
22. Система оценивания и анализа показателей рассылок.
23. Профессия E-MAIL-маркетолога. Основные навыки и спектр задач.

**7. Сведения о педагогических кадрах (преподавателях, ведущих курс)
Приложение №1**

Приложение № 1

7. Сведения о педагогических кадрах (преподавателях, ведущих курс)

Ф.И.О.	Дата рождения	Должность по штатному расписанию и условия труда (штат, совместитель, почасовая оплата)	Образование (ВУЗ, СУЗ, год окончания, квалификация по диплому)	Стаж работы педагогический			Ученая степень, звание, квалиф. категория	Педагогическая нагрузка (с учетом внутреннего совместительства)	Основное место работы и должность (для совместителей)
				Общий	всего	по преподаваемому предмету			
3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Бабой Алга Тимофеевна	1979	зав. кафедрой менеджмента и предпринимательства	Московский институт предпринимательства и права 2001г., специализация «Менеджмент организации» квалификация «Менеджер» №№002686 от 10.01.2011г.	16	15	15	Кандидат экономических наук ДЖН№000836 от 26.08.2009г. Н№002683 от 22.12.2010г.	1,3	НУО ВППО «ТМУ»
Стенанова Ольга Алексеевна	1984	преподаватель совместитель	Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко 2007 г., «Прикладная математика и информатика», квалификация «Математик системный программист». НОУ МО «Тираспольский межрегиональный университет» 2011 г., «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» квалификация «экономист-менеджер». ГОУ ДПО «Институт развития образования и повышения квалификации» 2017г., преподаватель	10	10	10		1,4	ТЮИ МВД ПМР, начальник учебно-методического отдела