


**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: **Контекстная реклама: как извлечь максимум для
бизнеса**

Категория слушателей: лица,
владеющие первоначальными навыками работы на ПК

Общая трудоемкость: 38 часов

ТИРАСПОЛЬ

1. Цель реализации программы: обучение практическим основам создания контекстной рекламы; сформировать знания, умения, навыки по созданию рекламных компаний в рамках контекстной рекламы; подбору целевой аудитории и настройке личного кабинета.

2. Формализованные результаты обучения:

В результате освоения курса слушатели должны владеть компетенциями:

- способностью владеть принципами работы контекстной рекламы;
- владением навыками настройки контекстной рекламы;
- владением навыками автоматизированной работы с контекстной рекламой;
- владением навыками написания текстов для контекстной рекламы;
- владением навыками технической реализации ретаргетинга;
- способностью владеть принципами поискового и персонализированного ретаргетинга ;

3. Содержание программы

3.1. Учебный план

Срок обучения - 38 часов.

Форма обучения – без отрыва от работы

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Количество часов			Форма контроля
		всего	лекции	практические занятия	
1.	Контекстная реклама в Яндекс	14	4	10	тестирование
2.	Контекстная реклама в Google	10	4	6	тестирование
3.	Автоматизация и расширенные возможности	6	2	4	тестирование
4.	Помощь в запуске рекламной кампании	8	-	8	тестирование
5.	Итоговая аттестация	38	10	28	зачет

3.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин (модулей)	Количество часов		
		всего	лекции	практические занятия
1.	Контекстная реклама в Яндекс	14	4	10
1.1.	Принципы работы контекстной рекламы	2	2	
1.2	Применение Яндекс. Метрики в контекстной рекламе.	2	1	1
1.3	Теория поисковой рекламы в Директе.	2	1	1
1.4	Практика поисковой системы в Директе.	2		2

1.5	Реклама в РСЯ.	2		2
1.6	Ретаргетинг и Яндекс. Аудитории.	2		2
1.7	Директ Коммандер.	2		2
2.	Контекстная реклама в Google.	10	4	6
2.1	Применение Google Analytics в контекстной рекламе.	2	1	1
2.2	Теория поисковой рекламы в AdWords.	2	1	1
2.3	Практика поисковой рекламы в AdWords.	2	1	1
2.4	Реклама в КМС и ремаркетинг в AdWords.	2	1	1
2.5	AdWords Editor.	2		2
3	Автоматизация и расширенные возможности.	6	2	4
3.1	Автоматизация работы с контекстной рекламой.	2	1	1
3.2	Практика автоматизации сбора и обработки Семантики.	2	1	1
3.3	Практика генерации объявлений в Excel.	2		2
4.	Помощь в запуске рекламной кампании.	8		8
4.1	Яндекс. Директ: разбор ваших ошибок.	2		2
4.2	Персональная консультация с наставником.	2		2
4.3	Google AdWords: разбор ваших ошибок.	2		2
4.4	Персональная консультация с наставником.	2		2
	Итоговая аттестация (зачет)	38	10	28

3.2. Учебная программа

Раздел 1. Контекстная реклама в Яндексе (14час.)

Тема 1.1 Принципы работы контекстной рекламы (2 час)

Постановка целей, основы «экономики» рекламных кампаний, обзор экосистемы Яндекса и Google для рекламодателей.

Тема 1.2 Применение Яндекс. Метрики в контекстной рекламе. (2час.)

Установка и настройка счетчика, создание Целей, основные отчеты для анализа РК, работа с сегментами.

Тема 1.3 Теория поисковой рекламы в Директе(2час.)

Особенности поисковой рекламы в Директе. Как выглядит. Где показывается. Чем отличается от РСЯ. Сбор семантики. Что такое операторы, минус-слова, стоп-слова. Что такое кластеризация. Написание текстов. Главные принципы.

Тема 1.4 Практика поисковой рекламы в Директе(2час.)

Общее знакомство с рекламным кабинетом Директа. Сбор семантического ядра. Механика процесса на примере. Формирование материалов в excel. Механика процесса на примере. Загрузка материалов в интерфейс, создание и настройка параметров РК.

Тема 1.5 Реклама в РСЯ(2час.)

Что это такое, сбор семантики, принципы составления объявлений, настройка кампании, практика создания объявлений, анализ и повышение эффективности кампании в РСЯ.

Тема 1.6 Ретаргетинг и Яндекс. Аудитории(2час.)

Принципы работы, настройка кампании, подключение сегментов из Метрики, создание объявлений. Яндекс. Аудитории и применение технологии look-alike. Использование корректировок ставок для Аудиторий. Настройка поискового ретаргетинга с помощью корректировок. Анализ и повышение эффективности ретаргетинговых кампаний. Примеры использования Яндекс.Аудиторий.

Тема 1.7 Директ Коммандер(2час.)

Использование Директ Коммандера для копирования элементов и внесения массовых изменений в кампании.

Раздел 2. Контекстная реклама в Google(10час.)

Тема 2.1 Применение Google Analytics в контекстной рекламе(2час.)

Установка и настройка счетчика, создание Целей, основные отчеты для анализа РК, создание аудиторий ремаркетинга.

Тема 2.2 Теория поисковой рекламы в AdWords(2час.)

Структура аккаунта Google Adwords. Аукцион Google Adwords. Показатель качества. Советы по созданию объявлений. Расширения объявлений - что это и какие бывают. Ключевые слова. Типы соответствия ключевых слов.

Тема 2.3 Практика поисковой рекламы в AdWords (2 час.)

Создание рекламной кампании внутри интерфейса Google Adwords. Настройка рекламных кампаний для поисковой сети. Создание расширений для рекламных кампаний внутри интерфейса Adwords. Практика использования Планировщика ключевых слов. Перенос рекламной кампанию из Директа в Adwords – подготовка агрузочного файла

Тема 2.4 Реклама в КМС и ремаркетинг в AdWords(2час.)

Установка и настройка счетчика, создание Целей, основные отчеты для анализа РК, создание аудиторий ремаркетинга.

Тема 2.5 AdWords Editor(2час.)

Использование AdWords Editor для копирования элементов и внесения массовых изменений в кампании.

Раздел 3. Автоматизация и расширенные возможности(6час.)

Тема 3.1 Автоматизация работы с контекстной рекламой(2 час.)

Сервисы конкурентной разведки, парсинг Wordstat, группировка и кластеризации для упрощения обработки собранной семантики, основы генерации поисковых рекламных кампаний, способы автоматического управления ставками, сквозная аналитика на базе Google Analytics

Тема 3.2 Практика автоматизации сбора и обработки Семантики(2 час.)

Поиск недостающей семантики - готовые базы, собственные счетчики, базы запросов конкурентов, парсинг отчетов поисковых запросов уже активной рекламы AdWords, Direct, Analytics Edge for Excel; удаление неявных дублей, кластеризация по маркерам, частотный словарь и кластеризация по нему, как найти "красивые" фразы среди дублей, работа со стоп-словами в AdWords и Яндекс.Директ, типы соответствия, unpivoting как процесс переноса минус-слов из формата Директа в AdWords

Тема 3.3 Практика генерации объявлений в Excel(2 час.)

Преобразование форм слов с помощью разных надстроек, шаблонизация с помощью бинарного ВПР, подстановка параметров URL в объявления на основе готовых таблиц сопоставления слово/параметр. Исправление проблем с регистром - имена собственные, аббревиатуры, первые буквы предложений, артикулы, транслитерация англоязычных слов, алгоритмы поиска синонимов. Работа с подстановкой части текста в заголовок в директе.

Раздел 4. Помощь в запуске рекламной кампании(8 час.)

Тема 4.1 Яндекс.Директ: разбор ваших ошибок(2час.)

Практика: Разделение студентов по наставникам. Обсуждение и разбор ошибок настроек кампаний в Яндекс-Директе студентов в группах.

Тема 4.2 Персональная консультация с наставником(2час.)

Практика: Личная консультация с наставником, запуск кампании, анализ.

Тема 4.3 Google AdWords: разбор ваших ошибок(2 час.)

Практика: Разделение студентов по наставникам. Обсуждение и разбор ошибок настроек кампаний в Google AdWords студентов в группах.

Тема 4.4 Персональная консультация с наставником (2 час.)

Практика: Личная консультация с наставником, запуск кампании, анализ.

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. Контекстная реклама для начинающих. М.: Правообладатель: 2016.
2. Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords . М.: Иванов и Фербер , 2014.
3. Контекстная реклама. Основы, секреты, трюки. Спб.: БХВ-Петербург, 2012.
4. Прибыльная контекстная реклама. Быстрый способ привлечения клиентов с помощью Яндекс.Директа . М.: Иванов и Фербер, 2013.

6. Вопросы к итоговой аттестации:

Вопросы к зачету по курсу Контекстная реклама: как извлечь максимум для бизнеса

1. Основные рекомендации по написанию заголовков в GOOGLE ADWORDS. Максимальное число используемых символов.
2. Охарактеризуйте понятие «лид» в контекстной рекламе.
3. Рекламная сеть Яндекса. Характеристика, функции.
4. Понятие контекстно-медийной сети GOOGLE. Сущность, функции.
5. Ремаркетинг и ретаргетинг. Определение, функции.
6. Блок рекламы над результатами поиска в Яндексе. Понятие, состав.
7. Инструментарий «Планировщик ключевых слов » В GOOGLE ADWORDS.
8. Факторы влияния на цену клика Яндекс-Директе.
9. Функции и назначение программы KEY COLLECTOR.
10. Наполнение стратегии «Только поисковая сеть» В GOOGLE ADWORDS.
11. Основные рекомендации по написанию заголовков в Яндекс-Директе.
12. Функции и назначение программы ALYTICS.
13. Сущность, цели и функции в Яндекс-Метрике.
14. Расчет показателя CTR (кликабельность объявления).
15. Расчет средней цены клика. Методика.
16. Расчет коэффициента конверсии.
17. Характеристика модели СРМ (оплата за 1000 показов).
18. Характеристика модели СРС (оплата за клики).
19. Функции прогноза бюджета Яндекс-Директе?
20. Охват страницы Яндекс. Аудитории и количество загруженных контактов.

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

Приложение № 1

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

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 Алла Тимофеевна	1979	зав. кафедрой менеджмента и предпринимательства	Московский институт предпринимательства и права 2001г., специальность «Менеджмент организации» квалификация «Менеджер» №№002686 от 10.01.2011г.	16	15	15	Кандидат наук экономических наук ДЖН№000836 от 26.08.2009г. №№002683 от 22.12.2010г.	1,3	НУО ВППО «ТМУ»
Стеланова Ольга Алексеевна	1984	преподаватель совместитель	Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко 2007г., «Прикладная математика и информатика», квалификация «Математик системный программист». НОУ МО «Тираспольский межрегиональный университет» 2011г., «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	ТОИ МВД ПМР, начальник учебно-методического отдела