Moscow Business School

Пиар (PR) и реклама в интернете: стратегии, инструменты, алгоритмы

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 16.12.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Подготовка к проведению рекламных кампаний в интернете

- Основные виды рекламы в интернете
- Особенности в формировании рекламных предложений
- Подготовка сайта к проведению рекламных кампаний в Сети
- Особенности создания и разработки лендингов
- Понятие таргетинга
- Принципы формирования сегментов для проведения рекламных кампаний в Сети

Основы контекстной рекламы

- Что такое контекстная реклама
- Системы контекстной рекламы: Яндекс.Директ, Google.Adwords
- Определение целей проведения контекстной рекламной кампании
- Определение бюджета контекстной рекламной кампании
- Показатели эффективности контекстной рекламной кампании
- Этапы создания контекстной рекламной кампании

- Составление рекламных объявлений
- Анализ получаемых результатов и внесение изменений в проводимую рекламную кампанию
- Сколько стоит проведение контекстных рекламных кампаний

Баннерные рекламные кампании. Особенности и секреты

- Сущность баннерной рекламы
- Виды и форматы баннеров
- Применение модели AIDA при разработке баннерной рекламной кампании
- Использование специальных алгоритмов проведения баннерных рекламных кампаний («воронка продаж»)
- Медиапланирование
- Современные системы закупки и размещения баннерной рекламы в интернете
- Анализ проведения баннерной рекламной кампании

Видеореклама

- Реклама на YouTube

Практикум: «Разработка медиаплана для проведения контекстной рекламной кампании»

Использование нейросетей в работе интернет-маркетолога. Интеграция с темой дня

День 2

Стратегия продвижения в социальных медиа

- Понятие социальных медиа
- Виды социальных медиа
- Тенденции развития социальных сетей
- Обзор современных социальных медиа (наиболее популярные

площадки)
- Особенности и классификация пользователей социальных сетей
- Цели продвижения в социальных медиа
- Показатели эффективности продвижения в социальных медиа
- Подготовка документов, описывающих правила поведения кампании в социальных медиа

Особенности продвижения в социальных сетях

- Понятие SMO
- Сущность и цели SMM
- Стратегический план SMM (Аналитический блок, Маркетинговый блок, Медиапланирование, Креативный блок, Сопроводительный блок)
- Брендовая страница компании, сообщество, группа: правила создания
- Регулярные работы в группе
- Привлечение в группу друзей и особенности работы с ними

Основы рекламной кампании в социальных сетях

- Виды рекламы в социальных сетях
- Особенности планирования и проведения рекламных кампаний в социальных сетях
- Показатели эффективности рекламной кампании в социальных сетях
- Форум как разновидность социальных медиа
- Влияние мероприятий, проводимых в социальных медиа, на общие бизнес-процессы компании
- Сколько стоит продвижение в социальных медиа

Дополнительные инструменты продвижения в социальных медиа

- Блоги
- Понятие вируса и вирусного маркетинга
- PR в интернете как часть общей PR-кампании
- Разработка общей PR-стратегии

- Работа с негативными отзывами
- Основы email-маркетинга

Практикум: «Разработка стратегии продвижения в социальных медиа»