Macrosoft

Vzdelávanie s trvalým efektom

DOKUMENT

Osnova kurzu

KATEGÓRIA

Online marketing

FORMA VÝUČBY

Prezenčne v Bratislave alebo online s lektorom

CENA BEZ DPH

999,92 €

CENA S DPH

1 229,90 €

vrátane 23 % DPH

Macrosoft školiace centrum

Aktuálne informácie na Macrosoft.sk

PDF OSNOVA

Manažér online marketingu - komplexné zručnosti

Prehľad tém kurzu, rozsahu výučby a základných informácií o školení.

Kurz Manažér online marketingu - komplexné zručnosti je určený pre záujemcov, ktorí sa chcú stať kompetentými v oblastiach plánovania, realizácie a vyhodnocovania online marketingových aktivít s cieľom zvýšenia viditeľnosti značky, návštevnosti webu a konverzií. Cieľom kurzu je naučiť sa efektívne používať marketingové nástroje a zručnosti pre tvorbu marketingovej stratégie, správu sociálnych sietí, SEO - otimalizácie pre vyhľadávače a tvorbu digitálnych kampaní.

V termíne balíka kurzov je uvedený iba začiatok, *balík je rozdelený do 3 dvoj-dňových a 1 jedno-dňovom kurze v rôznych termínoch, ktoré nájdete pri jednotlivých kurzoch balíka Manažér online marketingu - komplexné zručnosti zahŕňa kurzy: Online marketing - tvorba marketingovej stratégie v časovom rozsahu 2 dni Online marketing - tvorba obsahu a správa sociálnych sietí v časovom rozsahu 2 dni Obsahová štruktúra internetovej stránky a SEO optimalizácia pre vyhľadávače v rozsahu 1 deň Online marketing - tvorba digitálnych kampaní s AI v časovom rozsahu 2 dni*

OBSAH ŠKOLENIA

01

Čo je digitálny marketing

Definícia pojmu digitálny marketing Čo zahŕňa digitálny marketing Postavenie digitálneho marketingu v marketingovom mixe Výhody digitálneho marketingu Rozdiely medzi online a offline marketingom

02

Tvorba marketingovej stratégie

Obsah marketingovej stratégie - od poslania k vízii - identita značky, definícia aktuálneho portfólia - produktov a služieb, určenie cieľovej skupiny, identifikácia konkurencie, prieskum trhu, stanovenie cieľov, marketingový plán, výber vhodných komunikačných kanálov

Macrosoft

Vzdelávanie s trvalým efektom

03 **Úvod do sociálnych sietí**

Čo sú to sociálne siete Význam sociálnych sietí v komunikácii s publikom Na ktoré sociálne siete sa zamerať pri tvorbe stratégie Tvorba business profilu na sociálnych sieťach Ukážka úspešných kanálov na sociálnych sieťach

04 **Tvorba stratégie pre sociálne siete**

Definícia cieľovej skupiny Tvorba persón Nastavenie cieľov komunikácie a kampane Výber sociálnej siete Tvorba obsahového plánu

05 **Firemné stránky na sociálnych sieťach**

Kto je moje publikum Práca so štatistikami Nastavenie Tone of Voice Plánovanie príspevkov

06 **Tvorba kampane na sociálnych sieťach**

Úvod do správcu reklám Vysvetlenie cieľov kampane Príprava publika kampane Vysvetlenie UTM a ich použitie Práca s Facebook pixel Tvorba ukážkovej kampane pod vedením lektora Optimalizácia kampaní Prezentácia výsledkov kampane a ich pochopenie

07 **Komunikácia na sociálnej sieti**

Práca s firemným profilom na sociálnych sieťach Výhody použitia business managera Úvod do štatistík na sociálnych sieťach Plánovanie tvorby obsahu

08 **Obsahová štruktúra internetovej stránky a SEO - optimalizácia pre vyhľadávče**

Definícia pojmu SEO Základné pojmy Čo sú to kľúčové slová a ich využitie pri SEO

09 **Google – optimalizácia pre vyhľadávače**

Prečo sa SEO zameriava na Google Práca s výsledkami vyhľadávania Black-hat praktiky

10 **On-page faktory**

Na ktoré časti webu sa zameriavame Vysvetlenie dôležitosti jednotlivých faktorov Ukážka SEO on-page dokumentu Case-studies na reálnych príkladoch

Macrosoft

Vzdelávanie s trvalým efektom

11 **Off-page faktory**

Ako správne tvoriť SEO off-page Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

12 **Analýza webu a kľúčových slov**

Tvorba analýzy kľúčových slov Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

13 **Optimalizácia vybranej podstránky pod vedením lektora**

Aplikovanie kľúčových slov pri tvorbe SEO Optimalizácia on-page faktorov podstránky

14 **Využitie Google Analytics pri SEO**

Úvod do Google Analytics Sledovanie návštevnosti stránky pomocou Google Analytics

15 **Úvod do Google Ads**

Aký je rozdiel medzi organickou a platenou návštevnosťou Vysvetlenie základných pojmov Založenie profilu Google Ads Analýza kľúčových slov

16 **Google Ads**

Atribučné modely – výber správneho atribučného modelu kampaňe Tvorba kampane pomocou Google Ads Výber typov zhody kľúčových slov kampane Používanie symbolov v kľúčových slovách

17 **Úvod do Google Analytics**

Predstavenie prostredia v Google Analytics Prepájanie služieb Google s Google Analytics Sledovanie cesty návštevníka webu

18 **Google Analytics od A po Z**

Ako prepojiť E-shop s Google Analytics Tvorba a sledovanie cieľov v Google Analytics Segmentácia návštevníkov v nástroji Google Analytics Na čo slúžia konverzné funnely

19 **Úvod do Google Tag manager**

Výhody použitia Google tag managera Implementácia kódov sledovania do Google Tag manager

Macrosoft

Vzdelávanie s trvalým efektom

20 **Úvod do Dátového štúdia od Google**

Tvorba prehľadov dátového štúdia Práca so zdrojmi údajov Reporting pomocou Dátového štúdia

21 **Diskusia a otázky**

Tento dokument slúži ako informačný prehľad osnovy školenia. Aktuálne termíny, miesto konania a dostupnosť nájdete na Macrosoft.sk.

https://www.macrosoft.sk/sk/kurz/manazer-online-marketingu-komplexne-zrucnosti