

Програма курсу Digital Marketing

Soft Skills

Заняття 1. Онбординг студента

- Знайомство з курсом, платформою та професією
- Ownership mindset: чому це критично для початківця – Що таке фреймворк і як його обирати та адаптувати – Постановка цілей на курс
- Огляд ключових фреймворків для маркетолога-початківця

Заняття 2. Комунікація

- Асинхронна комунікація: принципи та структура повідомлення – Фоллоу-апи після зустрічей: що фіксувати і як оформлювати – Опис задач та письмовий зворотний зв'язок
- Створення звітів: структура, візуалізація, формат

Модуль 1. Digital Mindset

Заняття 1. Чому digital marketing і як тут думають – Кар'єрні

шляхи в digital-маркетингу та роль AI

- Екосистема каналів: як вони працюють разом
- Як обрати канал залежно від продукту та бізнес-моделі – Ландшафт ринку: ніші, тренди та етичні межі

Заняття 2. Метрики та KPI: мова маркетолога –

Система метрик: типи, рівні та їх взаємозв'язок

- Ключові KPI на практиці: фінансові та перформанс-метрики – Пастки даних: когорти та типові помилки аналізу – Фреймворк маркетингового мислення: від цілі до оптимізації

Модуль 2. Growth Marketing

Заняття 1. Гіпотези та A/B тестування

- Відмінності growth-маркетингу від класичного підходу – CRO: базові принципи та швидкі результати
- Формулювання та оцінка гіпотез
- A/B та спліт-тести: методологія та інструменти
- Використання AI для оцінки гіпотез

Заняття 2. CRO

- Типи досліджень та інструменти збору даних
- Аналіз поведінки користувачів на сайті
- Етапи воронки та карта шляху клієнта
- CRO-оптимізація: діагностика типових проблем воронки
- Зв'язок метрик з етапами воронки

Модуль 3. Дані та аналітика: GA4, GTM, атрибуція

Заняття 1. GA4 — звіти, атрибуція та інсайти

- Канали трафіку та їх роль в аналітиці
- Звіти GA4: основні розділи та пошук інсайтів
- Багатоканальні послідовності та кастомні звіти
- Моделі атрибуції: типи та коли яку використовувати
- UTM-мітки: система, конвенції та гігієна

Заняття 2. GA4 + Google Tag Manager: фундамент аналітики – GA4:

- event-based модель, конверсії та аудиторії
- Мікро- та макроконверсії: налаштування та аналіз
- Когортний аналіз у GA4
- GTM: теги, тригери, змінні — налаштування та збір даних

Модуль 4. Ринок, аудиторія та продуктивний фундамент

Заняття 1. Ринок, конкуренти та бізнес-модель

- Бізнес-модель: типи та вплив на маркетингову стратегію – Оцінка розміру ринку: TAM / SAM / SOM
- Конкурентний аналіз: канали, меседжі, позиціонування
- Інструменти для дослідження конкурентів

Заняття 2. Аудиторія, ціннісна пропозиція та шлях клієнта –

- Сегментація аудиторії за різними критеріями
- JTBD та ціннісна пропозиція
- Побудова портрета клієнта (Buyer Persona)
- Customer Journey Map: етапи, точки контакту, бар'єри
- Воронка AARRR як альтернативний погляд на шлях клієнта

Модуль 5. Контент-стратегія та Storytelling

Заняття 1. Контент-стратегія та копірайтинг

- Контент-стратегія: цілі контенту та прив'язка до воронки –

- Контент-матриця: тип контенту × етап воронки × персона – Основи
копірайтингу: типи текстів, структура, СТА
- Storytelling-фреймворки для маркетингових задач
 - SEO-принципи у текстах для соцмереж
 - Контент-метрики та відстеження ефективності

Заняття 2. Візуальний контент, натхнення та контент-план – Пошук і

- адаптація успішних візуальних рішень
- Джерела натхнення та аналіз креативів конкурентів
 - Основи візуального контенту та робота з шаблонами
 - AI у дизайн-процесах
 - Адаптація контенту під різні платформи
 - Контент-план: рубрикатор, календар, прив'язка до стратегії

Модуль 6. SMM та управління контентом у соцмережах

Заняття 1. Платформи та мультиплатформна стратегія – SMM як

- частина маркетингу: синхронізація з бізнес-цілями – Як обрати платформу залежно від цілей та аудиторії
- Огляд ключових платформ: алгоритми, формати, специфіка – Мультиплатформна стратегія та repurposing контенту

Заняття 2. Інфлюенсери, community management та SMM-стратегія –

- Інфлюенсер-маркетинг: типи співпраці, пошук та оцінка
- Відстеження результатів інфлюенсер-кампаній
 - Community management: модерація та робота з аудиторією – Конкурентний аналіз у SMM
 - SMM-стратегія як документ: структура та метрики

Модуль 7. Performance Marketing — Meta Ads (основи)

Заняття 1. PPC-основи та структура Meta Ads

- PPC-основи: аукціон та стратегії призначення ставок
- Типи кампаній та коли які обирати
- Структура рекламного кабінету та робота з акаунтами
- Бюджетування та вікна атрибуції
- Налаштування кампанії з нуля: покроковий процес

Заняття 2. Піксель та таргетинг

- Технічне налаштування трекінгу та подій
- Conversions API: навіщо потрібен та як працює

- Таргетинг: типи аудиторій та їх налаштування
- Основні метрики рекламного кабінету
- Аналіз рекламних кампаній конкурентів

Модуль 8. Meta Ads — оптимізація та масштабування

Заняття 1. Аудиторії, ремаркетинг та воронки

- Кастомні аудиторії: типи, збір та завантаження
- Lookalike-аудиторії: стратегії створення та тестування – Ремаркетинг: воронки та динамічний ретаргетинг
- Виключення аудиторій та оптимізація показу

Заняття 2. Оптимізація, A/B тести та масштабування –

- Оптимізація кампаній: ключові метрики та дії
- Критичні порогові значення: коли зупиняти кампанію
- A/B тестування: що тестувати та як оцінювати результати – Масштабування: горизонтальне та вертикальне
- Система репортингу та кастомні звіти

Модуль 9. TikTok Ads та мультиканальні кампанії

Заняття 1. TikTok Ads: платформа та запуск

- Відмінності TikTok від інших рекламних платформ
- Рекламний кабінет: структура, типи кампаній, формати – Технічне налаштування: піксель, події, аудиторії
- Запуск кампанії з нуля: покроковий процес
- Оптимізація та специфічні метрики TikTok

Заняття 2. Creative Marketing: від аналізу до тестування –

- Креативний процес: від задачі до готового креативу
- Структура ефективного креативу та креативні метрики – Аналіз креативів конкурентів та пошук натхнення
- Бріфінг дизайнеру та інфлюенсеру
- AI-генерація креативів: інструменти та обмеження
- Адаптація під платформи та фреймворк креативного тестування

Модуль 10. Affiliate Marketing

Заняття 1. Екосистема афілейт-маркетингу

- Афілейт-маркетинг: роль у маркетинговій стратегії
- Екосистема: учасники та їх ролі
- Типи оферів та моделі монетизації

- Ключові метрики ефективності

Заняття 2. Партнерська програма: запуск і робота –

- Створення партнерської програми: ключові елементи
- Пошук, оцінка та залучення афіліатів
- Оптимізація трафіку та моніторинг ефективності
- Інструменти та конкурентний аналіз

Модуль 11. Google Ads

Заняття 1. Search-кампанії: від акаунту до першого результату – Створення акаунту та синхронізація з GA4

- Збір семантики: підбір ключових слів та мінус-слова
- Типи відповідності ключів та стратегії групування
- Стратегії призначення ставок
- Оголошення: написання, розширення, Quality Score
- Запуск search-кампанії: покроковий процес

Заняття 2. Кампанії за межами пошуку та оптимізація – Типи

- кампаній: PMax, Demand Gen, YouTube, Shopping – Кастомні сегменти для таргетингу
- Оптимізація search-кампаній: аналіз та чистка
- Кастомні репорти, фільтри та автоправила
- AI-інструменти для PPC

Модуль 12. SEO та органічний трафік

Заняття 1. SEO-основи та keyword research

- Як працює пошук: індексація, ранжування, фактори
- Підбір та кластеризація ключових слів
- On-page оптимізація: структура контенту та мета-теги – Генерація SEO-контенту та робота з AI
- Аналіз конкурентів у SEO

Заняття 2. Technical SEO, off-page та контент для SEO – Базові знання HTML для SEO

- Технічні аспекти: sitemap, robots.txt, мікророзмітка
- Core Web Vitals та оптимізація під AI-пошук
- Технічний аудит сайту: основні перевірки
- Беклінки та off-page SEO
- GA4 та GSC для SEO: ключові звіти та метрики

Модуль 13. CRM та автоматизація

Заняття 1. CRM для маркетолога та email-маркетинг – Огляд

- CRM-систем та критерії вибору
- Тригери та автоматизація в CRM: етапи воронки
- Інтеграція CRM з іншими маркетинговими інструментами –
- CRM-метрики: відстеження ефективності воронки

Заняття 2. Маркетинг-стек та інтеграції

- Маркетинг-стек: як інструменти працюють разом
- Типові стеки під різні типи бізнесу
- Інтеграції: принципи та інструменти передачі даних –
- Оmnіканальність: стратегія взаємодії з клієнтами
- Комунікація з розробниками: T3 та перевірка інтеграцій

Модуль 14. Email Marketing та Retention

Заняття 1. Email-стратегія та автоматизовані flows – Огляд

- сервісів для email-маркетингу
- Стратегія збору бази та мультиканальна взаємодія –
- Автоматизовані ланцюжки: логіка побудови
- Робота з T3 та синхронізація з командою
- Метрики email-маркетингу та бенчмарки

Заняття 2. Копірайтинг, A/B тести та метрики email – Ключові

- показники email-маркетингу та як їх покращити – A/B тестування в email: методологія та аналіз
- Використання AI для копірайтингу листів
- Типові помилки email-маркетингу та як їх уникнути

Модуль 15. Веб-аналітика, трекінг та дашборди

Заняття 1. Мультиканальна стратегія та сучасна аналітика –

- Мультиканальна стратегія: як канали підсилюють один одного – Роль кожного каналу у воронці
- Розподіл бюджету між каналами: логіка та пріоритети – Сучасні виклики: consent mode, server-side tracking, cookies – Звітність та BI-інструменти: від сирих даних до звіту

Заняття 2. Дашборди та автоматизація звітності – Навіщо

маркетологу дашборд і чим він відрізняється від звіту – Побудова дашборда: графіки, фільтри, порівняння періодів – Робота з шаблонами та аналіз просядок метрик

– ETL для маркетолога: автоматизація збору та візуалізації даних

Пакет Basic

- Повний доступ до матеріалів курсу Digital Marketing
- Домашні практичні завдання
- 2 проекти: особистий і командний
- Шаблиони AI-автоматизацій, промпти, чеклисти, сервіси та AI-скіли
- 1 готова AI-система у портфоліо
- Персональний фідбек від ментора
- Модуль **Soft Skills для старту**

Пакет Pro

Усе, що входить у пакет Basic, а також:

- Доступ до закритого ком'юніті випускників
- Курс **«Монетизація навичок»**
- Закритий чат учасників курсу
- Сертифікат про завершення навчання
- Гарантія працевлаштування (тільки для громадян України 18-50 років)
- Мінікурс **«Фриланс. Швидкий старт»**
- Підтримка Кар'єрного центру після завершення курсу
- Модулі **AI Marketing Automation** та **AI Content Maker**

Пакет VIP

Усе, що входить у пакет Pro, а також:

- Пакет **English Intensive**
- Q&A-сесії з ментором
- Супровід ментора на першому реальному проєкті