

თუ ჯერ არ დარეგისტრირებულხართ, ამ ბმულის კოპირებით და ანკეტის შევსებით შეგიძლიათ, მოიპოვოთ ყოველთვიური 30€ დაფინანსება: forms.gle/uqJ7bfUn4sqs44799



მუშაობის ფორმატი:

- ინტერაქციული ლექცია;
- ინდივიდუალური და ჯგუფური მუშაობა;
- დისკუსია;
- პრაქტიკული სამუშაო;
- წარმატებული და წარუმატებელი ქეისების განხილვა;
- პრეზენტაციები;

კურსის გავლის შედეგად მოსწავლეებს ეცოდინებათ:

- პოპულარული სოციალური მედია არხების შექმნა და მართვა;
- წერა სოციალური მედიისთვის, სხვადასხვა სოციალური არხის საშუალებით;
- ინფორმაციის ეფექტური გავრცელება;
- კომუნიკაციის ძირითადი პრინციპები და მისი გამოყენების ეფექტური გზები;
- ვიზუალური მასალის შექმნა სოციალური მედია არხებისთვის, სხვადასხვა ხელსაწყოებით;
- რეკლამა სოციალურ ქსელებში;
- გუგლის სერვისებთან მუშაობა;
- Google Ads მუშაობის პრინციპები;
- კამპანიების დაგეგმვა და განხორციელება;
- კამპანიის ანალიზი და მიზნების თანმიმდევრული განერა.

სასწავლო კურსის შინაარსი:

1. გაცნობა, სილაბუსის წარდგენა, კურსის ზოგადი მიმოხილვა, კომუნიკაციის ისტორია, ციფრული მარკეტინგის საჭიროება და როლი.

2. შესავალი, გაციფრულება, ციფრული კომუნიკაციის ძირითადი პრინციპები, განსხვავება ციფრულ და ტრადიციულ მარკეტინგს შორის.

3. ციფრული არხები გაცნობა: Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, Google, Pinterest + Websites.

მათი მიზნობრიობა, უპირატესობები და ნაკლოვანებები.

4. ციფრულ არხებზე რეგისტრაცია და ბიზნეს ხელსაწყოები.

5. წარმატებული და წარუმატებელი ციფრული საკომუნიკაციო ქეისების განხილვა და ეფექტურობის შეფასება.
6. ქოფირაითინგი, კონტენტ მენეჯმენტი, ქომუნითი მენეჯმენტი, ბრენდის იდენტობის ინტეგრაცია ციფრულ სამყაროში.
7. ვიზუალური მასალის მომზადება კონტენტისთვის, ფეისბუქ ანალიზი და შეტყობინების მენეჯმენტის სისტემა.
8. ციფრული რეკლამის ფორმები, შესაძლებლობები და მიზნები, მომხმარებლის სეგმენტირება: გეოგრაფიული, დემოგრაფიული, ქცევითი და ფსიქოგრაფიული მახასიათებლების მიხედვით.
9. Facebook რეკლამის პრინციპები, მიზნები და ვარიაციები, ფეისბუქ მადაზისა და პოსტის ბმა, ეფექტური რეკლამის სახეობები.
10. Google რეკლამის პრინციპები, მიზნები და სახეობები. Keyword-ების ანალიზი, Google trends და ქართული ენის მხარდამჭერი კამპანიების განხილვა.
11. რეკლამის Tracking საშუალებები (Tools), კამპანიის მიყოლა და ვარიაციები შედეგის შესაბამისად.
12. ანალიტიკა და სტატისტიკის წარდგენა, მიზნების დასახვა და ციფრული გეგმის შედგენა.