

სილაბუსი

პროგრამის დასახელება	ციფრული მარკეტინგი (გრძელვადიანი პროგრამა)
<p>პროგრამის მოკლე აღწერა</p>	<p>ციფრული მარკეტინგის პროგრამა შედგება ოთხი მოდულისგან</p> <p>პირველი მოდული სოციალური მედია მენეჯმენტის მოდულში განიხილება რამდენიმე მიმართლება - თანამედროვე ციფრული სამყაროსა და ტრადიციული მარკეტინგის დაპირისპირება. პოპულარული სოციალური მედია არხების განხილვა, მიგნებები და საუკეთესო პრაქტიკები. კონტენტის სახეობები და ფორმატები.</p> <p>მეორე მოდული Advertising - ციფრული რეკლამა მარკეტინგის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია, რომელიც გვაძლევს საშუალებს სწორ დროს სწორი მესიჯი მივანოდოთ სწორ სეგმენტს.</p> <p>მესამე მოდული კრეატივი მარკეტინგში მოიცავს ორ თემას. პირველი - ლინგვისტური სტრატეგიები ქოფირაითინგში. NLP კომუნიკაციაში არის ვერბალური და არავერბალური ფსიქო-ტექნიკები კრებული, რომელიც საშუალებას გაძლევთ თქვენი მესიჯი იქნას დამახსოვრებული შესაბამისი ემოციით. ნეირომარკეტინგი ეფუძნება სწორედ ცნობიერის და არაცნობიერის მუშაობის პრინციპებს და გვთავაზობს ისეთ საკომუნიკაციო მოდელებს, რომელიც მომხმარებლის ქცევაზე ახდენს გავლენას. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილი არის ლინგვისტური სტრატეგიები, რომელიც მოიაზრებს იმის ცოდნას, თუ როგორ დავამუშავოთ მესიჯი და როგორი სტრუქტურირება მივცეთ მას. ტრენინგი მთლიანად აგებულია NLP ტექნოლოგიებზე და მოიცავს გონების ამაფეთქებელ, შემოქმედებით სავარჯიშოებს.</p> <p>მეორე - კრეატიული მარკეტინგი. პროგრამა მოიცავს სარეკლამო ინდუსტრიის მიმოხილვას და ანალიზს. ბრენდისათვის სხავდასხვა კრეატიული ბრიფების შექმნას და წაკითხვას.</p>

	<p>მეოთხე მოდული კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა და კრიზისების მართვა სოციალურ მედიაში (CSR). პროგრამა გულისხმობს კომპანიის იმიჯისა და რეპუტაციის, ასევე, კრიზის მენეჯმენტის მართვას სოციალურ მედიასა და სხვა ციფრულ არხებში.</p>
<p>ტრენერი/მენტორი</p>	<p>ტატო ნორაკიძე - თიბისი ბანკის ციფრული მარკეტინგის უფროსი მენეჯერი, ციფრული ანალიტიკური კომპანიის - Metric დამფუძნებელი. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ციფრული კონსულტანტი და ციფრული მარკეტინგის ლექტორი. ციფრულ მარკეტინგში 8 წლიანი გამოცდილება. 1000+ ციფრული კამპანიის დაგეგმვა/გაშვება/ანალიტიკა 30-მდე ქვეყანაში.</p> <p>ირინა ჭოჭუა - ლიცენზირებული პრაქტიკოსი ნეირო-ლინგვისტურ პროგრამირებაში, საერთაშორისო ასოციაციის წევრი (The Society of Neuro-Linguistic Programming™. UK. Dr. Richard Bandler). სერტიფიცირებული პროფესიონალი ქოუჩი (Erickson International – ICF Certified). მუშაობის სფერო - პოლიტიკა (ქოუჩი, კონსულტანტი კომუნიკაციებში), ბიზნესი - (კორპორაციული ტრენინგები, ქოუჩინგი მართვაში). ლექტორი: საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი (სამაგისტრო პროგრამების ავტორი). მინვეული ტრენერი: GIPA, NDI, საქართველოს სტრატეგიული ანალიზის ცენტრი, Headvice. საავტორო პროგრამები: პერსონალური ბრენდინგი, NLP გაყიდვებში და კომუნიკაციებში, ქოუჩინგი მართვაში. NLP ბიზნეს სტრატეგიები. „ქოუჩინგ ლაბორატორიის“ დამფუძნებელი.</p> <p>რეზო შელია - სარეკლამო სააგენტო Redberry-ს კრეატიული დირექტორი. 5 წლიანი გამოცდილება კრეატიულ სფეროში. 60-ზე მეტი საერთაშორისო ჯილდოს, მათ შორის კანის ლომის, 2 ევრობესტისა და Georgian Agency of the Year-ის მფლობელი. Art Directors Club of Europe Awards-ის Interactive & Mobile, ასევე, Kyiv International Advertising Festival KIAF КМФ-ის Digital & Mobile, Media, Branded Content & Storytelling კატეგორიების ჟიურის წევრი.</p>
<p>პროგრამის მიზანი</p>	<p>პროგრამის მიზანია მსმენელებმა დეტალურად შეისწავლონ ციფრული მარკეტინგის საფუძვლები, რეკლამის ტიპები და კრიზისების მართვა სოციალურ მედიაში. ასევე, შეისწავლონ როგორ მუშაობს ტვინი და ლინგვისტიკა, რა ამოძრავებს მომხარებელს გადანყვეტილების მიღების დროს, როგორ შევქმნათ სწორი მესიჯი და როგორ ავაგოთ წინადადების სტრუქტურა იმგვარად, რომ „იდეა“ იყოს დასამახსოვრებელი.</p>
<p>სწავლის შედეგები</p>	<p>სწავლების შედეგად მსმენელები შეძლებენ სოციალური მედია არხების მართვას, კონტენტის და</p>

	რეკლამის შექმნას და მათ გაზომვას. სარეკლამო ტექსტების და მესიჯების აგების დროს NLP პრინციპების და ლინგვისტური სტრატეგიები გამოყენებას, ასევე, ბრენდისთვის მედია ნეიტრალური იდეის გენერაციას და კომუნიკაციის შემუშავებას
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

პროგრამის დეტალური შინაარსი

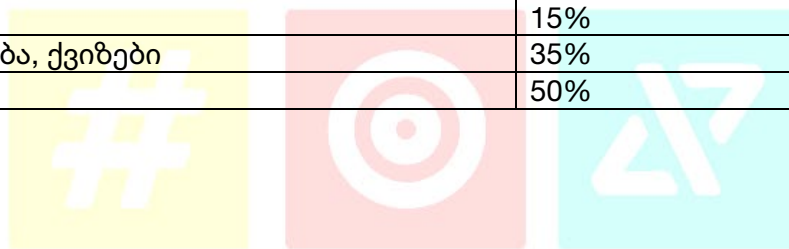
ლექცია	დასახელება	საათების რ-ბა
1	ახალი ერა მარკეტინგში, ინტერნეტ პენეტრაცია და სოციალური მედია არხების მომხმარებლების რაოდენობა, განსხვავება ტრადიციულ და ციფრულ მარკეტინგს შორის, ციფრული მარკეტინგის როლი	3
2	სოციალური მედია - Facebook, Instagram, youtube - ზოგადი აღწერა, საინტერესო მიგნებები და რეკომენდაციები	3
3	ციფრული მედიის სირთულეები	3
4	კონტენტის ტიპები, კორპორატიული იმიჯი სოც.მედიაში, Side Content, Doppelganger	3
5	ახალი ფორმატები - ბოტების დანიშნულება	3
6	პრაქტიკული სამუშაო	3
7	ქვიზი	3
8	ციფრული სარეკლამო კამპანიის არსი, მცირე ისტორიული ექსკურსი, განვითარების ეტაპები, ტრენდები, ციფრული რეკლამის მახასიათებლები და მათი შედარება	3
9	სეგმენტაცია - აუდიტორიის შერჩევის პრინციპები; ბიუჯეტირება - როგორ განვსაზღვროთ ბიუჯეტი; როგორ გავზომოთ ციფრული სარეკლამო კამპანიები, სტატისტიკური ანალიზი, საინტერესო მიგნებები და რეკომენდაციები; Google Analytic თეორიული ნაწილი	3
10	ციფრული სარეკლამო არხები - Facebook, საძიებო სისტემები, Google Dispay Network, ადგილობრივი პლატფორმები	3
11	Social Media Ads - Facebook Ads and Business Manager, Instagram Ads and other	3
12	Google Adwords - Search and Display Ads	3
13	პრაქტიკული სამუშაო	3
14	ქვიზი	3
15	სარეკლამო ინდუსტრიის მიმოხილვა; პროექტზე მუშაობის პროცესი; რა საჭიროა სტრატეგია და კრეატივი რეკლამაში	3
16	რა სარგებლობა მოაქვს კრეატიულ ბრიფს. რა არის ინსაიტი და რატომ არის ის ყველაზე მნიშვნელოვანი სტრატეგიის თუ იდეის შემუშავებისთვის.	3
17	კრეატიული სტრატეგიის სახეობები, სარეკლამო პროდუქტები და საკომუნიკაციო მედია არხები.	3
18	Final Workshop. მოწოდებული ბრიფის საფუძველზე, კომუნიკაციის შემუშავება	3

19	NLP პრინციპები, ნეირომარკეტინგის შესახებ, ცნობიერის და არაცნობიერის მუშაობა კომუნიკაციის დროს, პრაქტიკული	3
20	ლინგვისტური სტრატეგიები ქოფირაითინგში, ქეისები, პრაქტიკული სავარჯიშო	3
21	იმიჯი და რეპუტაცია/CSR კომუნიკაცია სოც მედიაში	3
22	სპონსორობა/ქველმოქმედება/რეალური მაგალითი	3
23	კრიზისების მართვა/რეალური მაგალითი	3
24	საბოლოო ქვიზი	3
25	საბოლოო პროექტი ყველა გავლილი თემის გამოყენებით და გათვალისწინებით	3

შეფასების სისტემა

90-100 ქულა	პირველი კატეგორიის სერტიფიკატი	ტრენერების რეკომენდაცია
80-89 ქულა	მეორე კატეგორიის სერტიფიკატი	
70-79 ქულა	მოსმინა კურსი	

დასწრება	15%
ტრენინგებზე აქტივობა, ქვიზები	35%
საბოლოო პროექტი	50%



MARKETING SCHOOL