

Специальность «Электронный маркетинг»

Квалификация «Маркетолог-программист»

Электронный маркетинг - специальность и сфера профессиональной деятельности, предметной областью которой является установление и развитие долгосрочных экономически выгодных отношений коммерческих организаций с их клиентами и покупателями посредством использования информационных и коммуникационных технологий и систем, включая деятельность по поисковому продвижению веб-сайтов в Интернете, использованию контекстной и баннерной рекламы, маркетингу в социальных сетях и медиа, электронному пиару, контент-менеджменту, маркетингу через мобильные приложения и веб-аналитике.

На первый взгляд, профессия интернет-маркетолога выглядит ответвлением классического маркетинга. На деле это не совсем так. Если классический маркетолог – это мастер продаж, то интернет-маркетолог – это классический маркетолог с навыками IT-специалиста.

Финансовые перспективы такого совмещения де-факто не ограничены. Хороших интернет-маркетологов сегодня не только в Беларуси, но и во всем мире можно пересчитать на пальцах. Отсюда – огромный интерес к профессии, ее преимущества. Что должен знать интернет-маркетолог, чтобы состояться на относительно новом для всех профессиональном поле? Ему необходимо сориентироваться со своими функциями.

Задачи специалиста по продвижению многочисленны и прямо связаны с направлениями сетевого маркетинга, которые активно применяются компаниями.

Топ-7 таких направлений:

- Поисковое продвижение сайта компании или ее конкретного продукта (SEO). Здесь любой маркетолог должен составить портрет покупателя, определить его потребности, сформировать базу ключевых запросов, а под них уже адаптировать контент ресурса.
- Контекстная реклама. Требуется отличное знание архитектуры, требований, принципа работы наиболее часто используемых для нее сервисов – Google Adwords/Яндекс.Директ.
- Арбитраж трафика – привлечение потенциальных покупателей на сайт (страничку описания товара) из платных источников.
- SMO + SMM – активность в социальных сетях. Включает создание и оформление групп, ведение колонки их новостей, обсуждения по тематике товара или бренда.
- Медийная реклама – размещение баннеров, тизеров на сайтах смежной тематики.

- Email-рассылки – персональное обращение к постоянным клиентам с предложениями, интересными им на данный момент.
- Вирусный маркетинг – динамично развивающееся новое направление (многие могли оценить его эффективность во время предвыборной кампании последнего избранного американского президента).

После окончания обучения выпускники вышеназванной специальности первоначально могут занимать следующие должности:

- Специалист по поисковому продвижению web-сайта;
- Бизнес-аналитик;
- Инженер-программист;
- Маркетолог;
- Специалист по маркетингу;
- Программист;
- Системный аналитик;
- Системный архитектор.

***Продолжительность обучения на дневной форме - 4 года,
на заочной форме - 5 лет.***

Экзамены:

- ***Русский или белорусский язык (ЦТ)***
 - ***Математика (ЦТ)***
 - ***Иностранный язык (ЦТ)***