

ციფრული მარკეტინგი

ლექტორები

თიო ბარნაძე

კურსის დრო

21 შეხვედრა (42 საათი)

სასწავლო კურსის მიზნები

ციფრული მარკეტინგის კურსის მიზანია, მოამზადოს შესაბამისი კომპეტენციის მქონე დამწყები ციფრული მარკეტერი, რომელიც შეძლებს ციფრული მარკეტინგის მიზნების განსაზღვრას და ციფრული სტრატეგიის დაგეგმვას, რეკლამის განთავსებას Meta & Google არხებში, დამხმარე ციფრული არხების გამოყენებას, შედეგების გაზომვას და გაანალიზებას.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: შესავალი ციფრულ მარკეტინგში

- რა არის ციფრული მარკეტინგი
- საქართველოში გამოყენებული ძირითადი ციფრული არხები და მიმოხილვა
- სფეროსთან დაკავშირებული პროფესიონალები - როგორ იკვეთება მათი კომპეტენციები
- ტერმინები
- **პრაქტიკული დავალება #1**

ლექცია 2: კონტენტის მნიშვნელობა და განთავსების არხები

- **ქვიზი #1**
- კონტენტ მარკეტინგი - განმარტება და მნიშვნელობა
- Facebook, Instagram & Tiktok Page
- პოსტების ფორმატი
- ქოფირაითინგის ფორმულები და სხვა წერის პრინციპები
- **პრაქტიკული დავალება #2**

ლექცია 3: BUSINESS SUITE & ADS MANAGER

- Business Portfolio & Business Suite - განსხვავებები და მართვის პარამეტრები
- იუზერების და ციფრული ასეტების დამატება, შექმნა
- Ads Manager - შექმნა, პარამეტრები და გადახდის მეთოდები
- ანგარიშების უსაფრთხოება
- პრაქტიკული დავალება
- **პრაქტიკული დავალება #3**

ლექცია 4: რეკლამის ძირითადი ტიპები

- Objectives - მიმოხილვა
- Levels - Campaign, Ad Set, Ad
- ABO & CBO; Advantage+
- Advertising Policy; Restrictions & Meta Support
- **პრაქტიკული დავალება #4**

ლექცია 5: TARGETING AND PLACEMENTS

- **ქვიზი #2**
- სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრა - Buyer Persona
- მეტას თარგეთირების საშუალებები - Audiences
- სად გადის მეტას რეკლამა - Placements
- **პრაქტიკული დავალება #5**

ლექცია 6: რეკლამის მიზნები და ფორმატები

- **ქვიზი #3**
- Advertising Funnel
- Awareness
- Traffic
- Engagement
- **პრაქტიკული დავალება #6**

ლექცია 7: PIXEL, RETARGETING & SALES

- **ქვიზი #4**
- პიქსელის რაობა, დაგენერირება და ინტეგრაცია
- Event Setup Tool & Conversions API
- Retargeting - აუდიტორიის შექმნა და რეკლამის გაშვება
- Commerce Manager & Catalog - შექმნა და მართვა
- Sales Objective - კონვერსიაზე ოპტიმიზირებული რეკლამის შექმნა
- Catalog-based Ads - Dynamic Collection & Carousel
- **პრაქტიკული დავალება #7**

ლექცია 8: LEADS & MESSAGING

- **ქვიზი #5**
- Messaging Campaign - Messaging Apps
- Leads Objective - შექმნა და ფორმის აწყობა
- App Promotion - Android & iOS
- Rules & Attribution Methods
- **პრაქტიკული დავალება #8**

ლექცია 9: TIKTOK ADVERTISING

- **შუალედური წერა #1 (30 წუთი)**
- Meta Ads & Page Reporting
- Tiktok Ads - Mobile Interface
- TikTok Ads Manager using VPN
- ოპტიმიზაციის ჩექლისტი - როგორ მოვიქცეთ თუ რეკლამა კარგად ა(ღა)რ მუშაობს
- **პრაქტიკული დავალება #9**

ლექცია 10: GOOGLE ANALYTICS

- GA4 - ვერსიის და ინტერფეისის მიმოხილვა
- Tracking Code - დაგენერირება და ვებგვერდში ჩასმა
- Reports - სხვადასხვა ტიპის რეპორტების მიმოხილვა
- Events & Key Events
- სარეკლამო კამპანიების თრეკინგი - UTM Tags
- **პრაქტიკული დავალება #10**

ლექცია 11: GOOGLE ADS

- **ქვიზი #6**
- Google Ads Account შექმნა
- რეკლამის მიზნები, ტიპები და ფორმატები
- ინტერფეისი და ძირითადი ფუნქციონალი
- Data Manager - დალინკვა გუგლ ანალიტიკსთან
- **პრაქტიკული დავალება #11**

ლექცია 12: SEARCH CAMPAIGN

- **ქვიზი #7**
- Campaign, Ad Groups, Keywords
- Search Campaign აწყობა
- AI Max
- Ads & Ad Assets
- ბიდ სტრატეგიები
- Keyword Planner
- **პრაქტიკული დავალება #12**

ლექცია 13: კამპანიების სხვა ტიპები (ნაწილი 1)

- **ქვიზი #8**
- Display Campaign
- Placements - განთავსებების მიხედვით თარგეთინგი
- YouTube Video Ads
- **პრაქტიკული დავალება #13**

ლექცია 14: კამპანიების სხვა ტიპები (ნაწილი 2)

- **ქვიზი #9**
- Performance Max
- Demand Gen
- App Promotion
- **პრაქტიკული დავალება #14**

ლექცია 15: GOOGLE MERCHANT CENTER & SHOPPING

- **ქვიზი #10**
- Google Merchant Center - ექსპენდის შექმნა და მიმოხილვა
- Data Feeds - პროდუქტების ფიდის ატვირთვა
- მერჩანტ ცენტრის და გუგლ ედსის ერთმანეთთან მილინკვა
- Shopping Ads - Performance Max & Standard
- Dynamic Display Ads
- **პრაქტიკული დავალება #15**

ლექცია 16: CONVERSIONS TRACKING & TAG MANAGER

- Google Conversions - კოდის დაგენერირება
- Google Analytics - დალინკვა და კონვერსიის იმპორტი
- Audience Manager - რემარკეტინგი
- Google Tag Manager - კონტეინერის შექმნა და დაფაბლიშება
- Tags, Triggers & Variables
- საბაზისო კოდების ჩასმა. - GA4, GA4 Event, Pixel
- **პრაქტიკული დავალება #16**

ლექცია 17: REPORTING & LOOKER STUDIO

- **შუალედური წერა #2 (30 წუთი)**
- Google Ads Reporting
- Google Data Studio - მონაცემთა წყაროების დაკავშირება, რეპორტების შექმნა
- Reports - დეშბორდების შექმნა, მონაცემების ვიზუალიზაციის ფორმატები
- **პრაქტიკული დავალება #17**

ლექცია 18: ციფრული სტრატეგია

- სტრატეგიის შემადგენელი კომპონენტები
- გაყიდვების ძაბრი
- მიზნების განსაზღვრა; სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრა
- სამოქმედო გეგმის და საჭირო არსების განსაზღვრა
- კონკურენტების ანალიზი, საჭირო ხელსაწყოები
- KPI განსაზღვრა და ციფრული გეგმა
- **პრაქტიკული დავალება #18**

ლექცია 19: დამატებითი ციფრული არხები (ნაწილი 1)

- LinkedIn Page - მართვა და ბიზნეს მიზნებისთვის გამოყენება
- LinkedIn Campaign Manager - რეკლამის ტიპები და განსხვავებები მეტას ედს მენეჯერთან; Inbox რეკლამის შექმნა
- Email Marketing - Mailchimp შექმნა და მიმოხილვა
- სურვილისამებრ: Twitter Ads Manager - მართვა და რეკლამა
- **პრაქტიკული დავალება #19**

ლექცია 20: დამატებითი ციფრული არხები (ნაწილი 2)

- SEO - საბაზისო პრინციპები
- Keyword Research & On Page ოპტიმიზაცია
- Search Console, SEO ხელსაწყოები
- WordPress - საბაზისო ფუნქციონალის მექანიზმების შექმნა
- ვებსაიტის საჭირო ინტეგრაციები
- **პრაქტიკული დავალება #20**

ლექცია 21: ფინალური შეხვედრა

- საბოლოო პროექტის, ციფრული სტრატეგიის პრეზენტაცია და დეტალური უკუკავშირი
- დამატებითი რესურსების და სასწავლო კურსების გაიდლაინი (Facebook Blueprint, Google Skillshop)

სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები

კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ და შეძლებენ:

- ციფრული მარკეტინგის რაობა, მნიშვნელობა და საქართველოში გამოყენებული ციფრული არხები;
- ციფრული მარკეტინგის საბაზისო ტერმინოლოგია;
- Facebook, Instagram, LinkedIn ფეიჯის მართვის ფუნქციონალი;
- ძირითადი ციფრული სარეკლამო არხების ტექნიკური შესაძლებლობები და ფუნქციონალი - Meta Ads & Google Ads;
- ანალიტიკური ხელსაწყოების გამოყენება - Google Analytics; Event Manager;
- დამხმარე ციფრული არხების და ხელსაწყოების საჭიროება და ტექნიკური შესაძლებლობები - Tag Manager, Looker Studio, Mailchimp, ა.შ.;
- ციფრული სტრატეგიის ან/და გეგმის შექმნა და გაზომვადი მიზნების დასახვა;
- სტრატეგიის შესაბამისი რეკლამების განთავსება;
- რეკლამის ოპტიმიზაცია და შედეგების გაანალიზება;
- შედეგებზე ორიენტირებული ციფრული კამპანიის დაგეგმვა, განხორციელება, რეპორტირება, ანალიზი.

სასწავლო კურსის მოთხოვნები

- ინგლისური ენის ცოდნა B1 დონეზე.

ლექტორის შესახებ

- თიო ზარნაძე არის ციფრული მარკეტერი 7+ წლიანი გამოცდილებით;
- 2024 წლამდე ის იყო ციფრული სააგენტო „ჰანს ენდ გრუბერის“ ციფრული დირექტორი;
- მისი გამოცდილება მოიცავს სხვადასხვა მარკეტინგულ და ციფრულ სააგენტოში კრეატიული და ციფრული განყოფილების ხელმძღვანელობას, ასევე თიო არის Google Ads პლატფორმის სერტიფიცირებული ედვერთაიზერი;
- სოციალური მედიის და ციფრული მარკეტინგის ლექტორობის 3+ წლიან გამოცდილებასთან ერთად, თიო მიწვეული ექსპერტის სტატუსით მუშაობდა განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის მიერ პირველი აკრედიტირებული „სოციალური მედიის მართვის“ პროფესიული მომზადების პროგრამის შექმნაში პროექტის „Updating VET in Georgia with Estonian experience“ ფარგლებში.