

MODUL ICDL

DIGITAL

MARKETING

Versiune Syllabus 1.0



Programă analitică



Scop

Acest document detaliază programa pentru modulul *ICDL Digital Marketing*. Programa descrie, prin rezultatele învățării, cunoștințele și competențele pe care trebuie să le posede un candidat la acest modul. Programa oferă, de asemenea, baza pentru testarea teoretică și practică din cadrul acestui modul.

Copyright © 2016 - 2023 Fundația ICDL

Toate drepturile sunt rezervate. Nicio parte a acestei publicații nu poate fi reprodusă fără acordul Fundației ICDL. Cererile privitoare la reproducerea acestui material vor fi adresate direct Fundației ICDL.

Disclaimer

Chiar dacă în pregătirea acestei publicații au fost luate toate măsurile de precauție de către Fundația ICDL, aceasta nu poate oferi nicio garanție ca editor cu privire la complexitatea informațiilor conținute în ea. Fundația ICDL nu este responsabilă de eventualele erori, omisiuni, inexactități, pierderi sau distrugerii de informații și instrucțiuni conținute în această publicație. Fundația ICDL poate modifica această programă oricând, fără un aviz prealabil.

Digital Marketing

Acest modul stabilește conceptele și competențele esențiale referitoare la fundamentele marketingului digital.

Obiectivele modului

Candidații vor fi capabili să:

- Înțelege conceptele cheie ale marketingului digital, inclusiv avantajele, limitările și planificarea.
- Înțelege diferitele opțiuni de prezență pe web și modul de selectare a cuvintelor cheie adecvate pentru optimizarea motoarelor de căutare.
- Recunoască diferitele platforme de social media, să configureze și să utilizeze platforme comune.
- Înțelege modul în care gestionarea eficientă a rețelelor de socializare contribuie la promovarea și generarea de potențiali clienți.
- Utilizeze un serviciu de gestionare a rețelelor sociale pentru a programa postările și a configura notificările.
- Înțelege diferitele opțiuni de marketing și publicitate online, inclusiv motorul de căutare, e-mailul și marketingul mobil.
- Înțelege și utilizeze servicii de analiză (analytics) pentru monitorizarea și îmbunătățirea campaniilor.

CATEGORIE	SET APTITUDINI	REF.	TEMATICĂ
1 Concepte de marketing digital	1.1 Concepte cheie	1.1.1	Înțelegerea termenului de marketing digital.
		1.1.2	Definirea diferitelor elemente de marketing digital cum ar fi: marketing prin conținut, social media marketing, e-mail marketing, marketing mobil, marketing afiliat, marketing pe motoare de căutare (SEM), optimizarea motoarelor de căutare (SEO), publicitate prin anunțuri grafice (display advertising), analize web (analytics).
		1.1.3	Identificarea obiectivelor comune în utilizarea marketingului digital precum: creșterea gradului de conștientizare a mărcii, generarea de lead-uri, generarea de vânzări, informarea clienților, îmbunătățirea serviciului pentru clienți, implicarea directă a clienților, generarea de trafic pe site.
		1.1.4	Înțelegerea avantajelor marketingului digital cum ar fi: eficiență sporită din punct de vedere al costurilor, progres mai ușor de urmărit și măsurat, acoperire demografică mai mare, implicarea mai mare în comparație cu marketingul tradițional, disponibil pentru clienții mobili.
		1.1.5	Înțelegerea limitărilor marketingului digital cum ar fi: lipsa interacțiunii față în față, poate fi intruziv, gestionarea lui într-un mod profesional este consumatoare de timp, poate fi nepotrivit pentru produsul dvs.
		1.1.6	Recunoașterea principalelor obligații legale și de reglementare atunci când utilizați marketingul digital în țara dvs.

CATEGORIE	SET APTITUDINI	REF.	TEMATICĂ
2 Prezența pe web	1.2 Planificare	1.2.1	Înțelegerea elementelor principale ale unei strategii de marketing digital precum: alinierea la obiectivele de business și marketing, identificarea publicului țintă, analiza concurenților, selectarea platformelor adecvate, planificarea și crearea de conținut, alocarea bugetelor, raportarea.
		1.2.2	Recunoaștea necesității unei prezențe constante online, în conformitate cu identitatea și designul corporativ.
		1.2.3	Recunoașterea tipurilor de conținut utilizate pentru a controla traficul și pentru a spori implicarea, cum ar fi: infografice, meme, videoclipuri, ghiduri, recenzii despre produse, testimoniale, liste, whitepapers.
		1.2.4	Înțelegerea importanței instituirii politicilor și a controalelor de acces pentru angajații care utilizează conturi de marketing digital ale organizației.
	2.1 Opțiuni de prezență pe web	2.1.1	Înțelegerea posibilelor soluții de prezență web, cum ar fi: director de afaceri, social media, site web, blog, site de comerț electronic, site mobil, aplicație web, aplicație mobilă.
		2.1.2	Identificarea pașilor tipici pentru crearea unei prezențe web cum ar fi: înregistrarea unei adrese web adecvate, alegerea unui serviciu de găzduire a site-ului, proiectarea și construirea site-ului dvs., promovarea site-ului.
		2.1.3	Înțelegerea termenului de sistem de gestionare a conținutului (CMS).
	2.2 Site-uri web	2.2.1	Înțelegerea principalelor componente ale unui site web cum ar fi: pagina principală, informații despre companie și detalii de contact, știri, descrierea serviciilor / produselor, căutare, facilități de comerț electronic, harta site-ului.
		2.2.2	Înțelegerea termenilor de design web precum: interfață utilizator (UI), experiență utilizator (UX), design receptiv, accesibilitate, optimizare a performanței, compatibilitate browser.
		2.2.3	Recunoașterea bunelor practici în crearea de conținut pentru site-uri precum: focusarea conținutului în raport cu audiența, utilizarea unei exprimări clare și concise, utilizarea cuvintelor cheie, branding consistent, utilizarea imaginilor și videoclipurilor de calitate, actualizarea regulată.
		2.2.4	Recunoașterea diverselor metode de promovare a unui site web precum: social media, publicitate online, legături de intrare (inbound), e-mail marketing, înregistrarea site-ului dvs. web pe un director / motoare de căutare, utilizarea semnăturii de e-mail, utilizarea materialelor de marketing fizic.

CATEGORIE	SET APTITUDINI	REF.	TEMATICĂ
3 Configurarea rețelelor de socializare	2.3 Optimizarea motorului de căutare	2.3.1	Înțelegerea termenului de optimizare a unui motor de căutare (SEO).
		2.3.2	Înțelegerea termenului de cuvânt cheie.Crearea unei liste de cuvinte cheie care pot fi utilizate pentru optimizarea conținutului unui site web sau unei platforme de socializare.
		2.3.3	Înțelegerea termenilor de titlu de pagină, URL, etichetă (tag), meta tag, titluri, text alternativ și importanța lor pentru SEO.
	3.1 Platformele de social media	3.1.1	Înțelegerea termenului de platformă de social media și identificarea principalelor utilizări ale unor platforme comune.
		3.1.2	Înțelegerea elementelor comune ale unei campanii de marketing pe social media cum ar fi: alegerea platformelor adecvate pentru publicul țintă, planificarea și crearea de conținut adecvat, urmărirea campaniei, evaluarea performanței campaniei.
	3.2 Conturi de social media	3.2.1	Înțelegerea termenului de profil de social media. Distincția între diferitele tipuri de profiluri precum: personal, business, grupuri, eveniment.
4 Managementul social media		3.2.2	Crearea, editarea informațiilor despre profilurile de afaceri pe rețelele de socializare precum: biografie, imagini, adresă URL, date de contact, categorie.
		3.2.3	Înțelegerea acțiunilor desfășurate în social media precum: postare, comentariu, distribuire, like, etichetă, hashtag.
		3.2.4	Crearea, editarea, ștergerea unei postări de pe un profil de social media precum: știri, evenimente, sondaj, ofertă.
	4.1 Servicii de gestionare a rețelelor sociale	4.1.1	Înțelegerea termenului de serviciu de gestionare a rețelelor de socializare și identificarea unelor servicii comune de gestionare a social media.
		4.1.2	Înțelegerea termenului de postare programată. Programarea unei postări.
	4.2 Activități de marketing și promovare	4.2.1	Înțelegerea termenului de influenceri. Recunoașterea importanței conectării cu aceștia.
		4.2.2	Înțelegerea termenului de public țintă. Recunoașterea importanței optimizării conținutului pentru a li se potrivi acestora.
	4.2.3	Înțelegerea termenului de marketing video. Recunoașterea importanței acestuia pentru campaniile promoționale online.	

CATEGORIE	SET APTITUDINI	REF.	TEMATICĂ
5 Marketing și publicitate online	4.3 Implicare, generare de lead-uri și vânzări	4.2.4	Înțelegerea termenilor de recenzie, recomandare. Recunoașterea importanței acestora pentru promovarea afacerii dvs. prin rețelele sociale.
		4.2.5	Înțelegerea termenului de scurtare a unui URL. Utilizarea unui serviciu de scurtare a URL-urilor.
		4.2.6	Înțelegerea termenului de viral. Recunoașterea importanței sale într-o campanie promoțională și identificarea elementelor care pot contribui la succes, precum: umor, originalitate, rezonanță cu publicul, generarea unei discuții.
		4.2.7	Recunoașterea bunelor practici în crearea de conținut captivant în social media, cum ar fi: postări regulate, postări de conținut relevant, cercetarea blogurilor și companiilor relevante, postări de concursuri, folosirea de imagini și videoclipuri.
		4.3.1	Evidențierea bunelor practici în marketingul pentru social media cum ar fi: răspuns la timp și adecvat la comentarii / reclamații, desfășurarea anumite anchete offline.
		4.3.2	Configurarea notificărilor pe un profil de social media pentru a primi alerte atunci când profilul a fost menționat sau a fost adăugat un comentariu la acesta.
		4.3.3	Înțelegerea termenului de apel la acțiune și identificarea exemplelor comune precum: obținerea unei oferte, înregistrarea, cumpărarea, descărcarea aplicației. Recunoașterea importanței sale în generarea de lead-uri prin intermediul platformelor de social media.
	5.1 Publicitate online	5.1.1	Identificarea unor exemple comune de platforme de marketing pentru motoarele de căutare (SEM).
	5.2 Marketing prin e-mail	5.1.2	Identificarea unor exemple comune de platforme de publicitate online.
		5.1.3	Înțelegerea diferitelor tipuri de reclame online precum: text dinamic (floating), pop-up, video, imagine, banner, text
		5.1.4	Înțelegerea termenului de postare sponsorizată. Recunoașterea importanței sale în creșterea interacțiunii și implicării pe social media.
		5.2.1	Identificarea unor exemple comune de platforme de e-mail marketing.
		5.2.2	Crearea unui cont într-o aplicație de e-mail marketing.
		5.2.3	Crearea, editarea, ștergerea unei liste de contacte într-o aplicație de e-mail marketing.

CATEGORIE	SET APTITUDINI	REF.	TEMATICĂ
	5.3 Marketing mobil	5.2.4	Crearea unei campanii, selectarea un şablon (template) într-o aplicație de e-mail marketing.
		5.2.5	Trimiterea, programarea unui e-mail într-o aplicație de e-mail marketing.
		5.2.6	Înțelegerea termenilor opt-in, opt-out.
		5.3.1	Prezentarea unor motive pentru a utiliza marketingul mobil, cum ar fi: accesul la mai mulți clienți, abordarea clienților în funcție de locație.
		5.3.2	Înțelegerea termenului de aplicație mobilă. Înțelegerea modului de utilizare a aplicațiilor mobile precum: promovarea unei afaceri / serviciu, oferirea de servicii, generarea de vânzări.
		5.3.3	Prezentarea câtorva considerente pentru o campanie de marketing mobil, cum ar fi: crearea unui site web optimizat și pentru dispozitive mobile, adaptarea cuvintelor cheie pentru dispozitive mobile, adaptarea anunțurilor publicitare pentru dispozitive mobile.
		5.3.4	Înțelegerea opțiunilor pentru publicitate pe dispozitive mobile precum: reclame video, anunțuri de căutare, anunțuri de tip imagine, anunțuri pe rețele de socializare, anunțuri pentru aplicații.
		6.1.1	Înțelegerea termenului de analiză a campaniilor. Recunoașterea importanței analizei performanței unei campanii de marketing digital.
		6.1.2	Crearea unui cont într-un instrument de analiză.
		6.1.3	Stabilirea unui raport analitic pentru o campanie: site web, social media, e-mail marketing, publicitate. Exportarea unui raport în format .csv.
6 Analiză	6.1 Noțiuni introductive	6.1.4	Programarea unui e-mail cu raportul de analiză: site web, social media, e-mail marketing, publicitate.
		6.1.5	Înțelegerea termenului de split testing (testare A/B). Recunoașterea importanței sale în măsurarea succesului unei campanii precum: e-mail marketing, publicitate online.
	6.2 Analiză web	6.2.1	Înțelegerea termenului de trafic web și importanța atragerii unui trafic web de calitate.
		6.2.2	Înțelegerea termenilor comuni de analiză precum: vizitatori unici, afișări, clickuri, rată de respingere, rată de conversie, rată de click (CTR), cod de urmărire, recomandări.
		6.2.3	Identificarea unor instrumente comune de analiză website.

CATEGORIE	SET APTITUDINI	REF.	TEMATICĂ
	6.3 <i>Analiza rețelelor sociale</i>	6.3.1	Înțelegerea termenului de statistici pe social media. Recunoașterea importanței analizei influenței activităților dvs. de marketing pe platformele de social media.
		6.3.2	Înțelegerea informațiilor despre social media în termeni precum: implicare, acoeprire, menționări, tendințe, legături de intrare (inbound).
		6.3.3	Identificarea unor instrumente comune de realizare a statisticilor pe social media.
	6.4 <i>Marketing prin e-mail și analiza publicității online</i>	6.4.1	Înțelegerea termenilor obișnuiți ai analizei de e-mail precum: rată de deschidere, rată de click, rată de respingere, dezabonare, numărul total de abonați.
		6.4.2	Înțelegerea termenilor comuni de analiză publicitate online precum: plată per click (PPC), cost la mie de afișări (CPM), costul per achiziție (CPA) și costul per conversie (CPC).