



თიბისი კავუსი

ციფრული მარკეტინგი სილაბუსი

**შეხვედრების
რაოდენობა და
ხანგრძლივობა**

ხანგრძლივობა: 2 თვე
შეხვედრების რაოდენობა: 12 ლექცია
საათების რაოდენობა: 24 საათი

განრიგი

ორშაბათი | ოთხშაბათი | პარასკევი 18:00 - 20:00

ლექტორი

ტატო ნორაკიძე
digital.marketing@colab.ge
მონვეული სტუმარი - გიორგი-ქუცა რუხაძე

**სასწავლო კურსის
ფორმატი**

კურსი მიმდინარეობს ონლაინ, ინტერაქტიული ლაივ სესიების ფორმატში. რეკომენდებულია კამერის ჩართვა უკეთესი კომუნიკაციისთვის.

**შეფასების
კომპონენტები
(100 ქულა)**

კურსის მაქსიმალური ქულაა 100. ქულები განაწილებულია შემდეგ კომპონენტებზე:

დასწრება და აქტიურობა - 10 ქულა - 10 ქულის მისაღებად სავალდებულოა მინიმუმ 9 ლექციაზე დასწრება (8 ან ნაკლებ ლექციაზე დასწრების შემთხვევაში - 0 ქულა).

პრაქტიკული დავლებები/ვორქშოპები - 60 ქულა
კურსის განმავლობაში ჩატარდება 4 პრაქტიკული ჯგუფური ლექცია. თითოეული ფასდება 15 ქულით

**შეფასების
კომპონენტები
(100 ქულა)**

ფინალური პროექტი - 30 ქულა

სტუდენტებს წინასწარ დადგენილ ჯგუფებში, მოუწევთ შემთხვევითობის პრინციპით (Random) შერჩეული ქართული ბრენდისთვის ციფრული მარკეტინგის სტრატეგიის შემუშავება და დაგეგმვა.

სერტიფიკატის მიღება

სერტიფიკატის მისაღებად საჭიროა სტუდენტმა დააკმაყოფილოს ყველა შემდეგი პირობა:

- დაესწროს ლექციების მინიმუმ 51%-ს.
- დააგროვოს მინიმუმ 51 ქულა ჯამურად.
- მიიღოს მონაწილეობა ფინალურ პროექტის მომზადებაში.

სილაბუსი / ლექციების განრიგი

ლექცია	ლექციის სათაური	ლექციის შინაარსი
#01.	დიჯიტალიზაცია	<ul style="list-style-type: none"> • რით განსხვავდება ციფრული მიდგომები ტრადიციული მარკეტინგის მიდგომებისგან • რა უპირატესობა აქვს და როგორ შეიცვალა ადამიანების და ბრენდების მიდგომა • კომუნიკაციის ტრანსფორმაცია
#02.	ციფრული კონტენტი - სოციალური მედია არხები	<ul style="list-style-type: none"> • სოციალური მედია არხების სტრატეგია • არხების მიმოხილვა • განსხვავება მათ შორის და Dedicated მიდგომები
#03.	ციფრული კონტენტი - სტრატეგია და ფორმატები	<ul style="list-style-type: none"> • კონტენტის სტრატეგია • კონტენტის ფორმატები და განსხვავებული მიდგომები არხების მიხედვით • კრიზისის მართვა სოციალურ მედიაში
#04.	პრაქტიკული ლექცია	<p>რეაქტიული სოციალური მედია კონტენტის შექმნა - Reactive Social Media Content</p> <p>გუნდები დაიყოფიან ვირტუალურ ონლაინ ოთახებში და იმსჯელებენ ლექტორის მიერ დასახულ ამოცანაზე.</p>

ლექცია	ლექციის სათაური	ლექციის შინაარსი
--------	-----------------	------------------

#05.	მონვეული სტუმარი (გიორგი-ქუცა რუხაძე)	ქოფირაითინგის მასტერკლასი - ინსაითი/Insight
#06.	მონვეული სტუმარი (გიორგი-ქუცა რუხაძე)	ქოფირაითინგის მასტერკლასი - ინსაითიდან იდეამდე საიდან იწყება ფიქრი, ინსაითის მიგნება და იდეად ქცევა
#07.	ციფრული რეკლამა - თეორია	ციფრული რეკლამის მიმოხილვა სარეკლამო არხები და სპეციფიკაცია
#08.	ციფრული რეკლამა - Meta Ads (პრაქტიკული სამუშაო)	<ul style="list-style-type: none"> • Meta Ads Objective - ების გარჩევა • თარგეთინგის შესაძლებლობები <p>სტუდენტი აუცილებლად უნდა იყოს კომპიუტერთან/ლექტოპთან, რომ შეძლოს ლექტორის მიერ ნაჩვენები ოპერაციების შესრულება</p>
#09.	ციფრული რეკლამა - Google Ads (პრაქტიკული სამუშაო)	<ul style="list-style-type: none"> • Google Ads Objective - ების გარჩევა • თარგეთინგის შესაძლებლობები <p>სტუდენტი აუცილებლად უნდა იყოს კომპიუტერთან/ლექტოპთან, რომ შეძლოს ლექტორის მიერ ნაჩვენები ოპერაციების შესრულება</p>
#10.	პრაქტიკული ლექცია	Hero, Hub, Help content გუნდები დაიყოფიან ვირტუალურ ონლაინ ოთახებში და იმსჯელებენ ლექტორის მიერ დასახულ ამოცანაზე.
#11.	შეჯამება და ფინალური დავალება	ციფრული რეკლამისა და ციფრული კონტენტის სტრატეგია სფეროს თანამედროვე გამოწვევები კარიერული რჩევები ფინალური დავალების დეტალების განხილვა, მითითებები და კონსულტაცია.

#12.

ფინალური
პრეზენტაციები

პროექტების განხილვა და შეფასება
საბოლოო რეკომენდაციები

სტუდენტები წარადგენენ მათ მიერ
მომზადებულ საფინანსო პროექტს
ციფრული მარკეტინგის სტრატეგიაზე
ქართული ბრენდისთვის.