

# Digital Marketing Career Track

## SYLLABUS

INSTRUCTOR

**PRIYOM**  
MOZUMDAR

- Co-Founder & Managing Director, **PAVILION**
- Head of Operations, **PLAYMAKER**
- MBA (Marketing), **IBA, DU**
- BSc, **BUET**

[Enroll Now](#)





Career Track Program:  
**A Complete Digital Marketing Course**

# ডিজিটাল মার্কেটিং শিখুন, সম্পূর্ণ বাংলায়

ডিজিটাল মার্কেটার হিসাবে ক্যারিয়ার গড়ুন বিশেষ এ প্রোগ্রামের মাধ্যমে। এখান থেকে প্র্যাকটিক্যাল প্রজেক্ট করে শিখে নিন ফেসবুক আর গুগলসহ বিভিন্ন মার্কেটিং টুলের ব্যবহার। সাথে জানুন ডিজিটাল মার্কেটিংয়ে চাকরি পাবার উপায় সম্পর্কে।



## কেন ভর্তি হবেন এ প্রোগ্রামে?

- ▶ ডিজিটাল মার্কেটিংয়ে চাকরি পাবার সঠিক প্রস্তুতি নিতে
- ▶ হাতেকলমে ডিজিটাল মার্কেটিংয়ের কাজ শিখতে
- ▶ নিজের প্রজেক্টের উপর সরাসরি ফিডব্যাক পেতে

## প্রোগ্রামে কী পাচ্ছেন?

- ▶ ৬ মাসের ট্রেনিং
- ▶ ১০০+ ঘণ্টার ভিডিও কন্টেন্ট
- ▶ দক্ষতা যাচাইয়ের পরীক্ষা ও সার্টিফিকেট

## প্রোগ্রামের সুবিধা কী কী?

- ▶ সম্পূর্ণ অনলাইন
- ▶ নিজের সুবিধামতো সময়ে শেখার ব্যবস্থা
- ▶ ২ বছরের জন্য কোর্স মডিউল ব্যবহারের সুযোগ

## প্রোগ্রামের জন্য কী লাগবে?

- ▶ কম্পিউটার
- ▶ ইন্টারনেট কানেকশন (ব্রডব্যান্ড হলে ভালো)
- ▶ নির্দিষ্ট কিছু সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাকাউন্ট (যেমন, ফেসবুক)

# ছয় মাসের প্রোগ্রামে আপনি কী কী শিখবেন?

01

## Digital Marketing Foundation

বিগত কয়েক বছরে মার্কেটিংয়ে বিশাল পরিবর্তন এসেছে। আপনার কাস্টমাররা দিনের বড় একটি সময় কাটাচ্ছেন ইন্টারনেটে। একজন মার্কেটার হিসেবে আপনিও চাইবেন ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মের মাধ্যমে নিজের প্রোডাক্ট বা সার্ভিসকে তাদের কাছে পৌঁছে দিতে। এর জন্য সবচেয়ে কার্যকরী উপায় ডিজিটাল মার্কেটিং। ডিজিটাল মার্কেটিংয়ের মূল ধারণাগুলো বোঝার জন্য শিখবেন:

- 'Buyer Persona' বানানো
- প্রোডাক্ট বা সার্ভিসের মার্কেটিং কেন ও কীভাবে করা হয়
- বিভিন্ন ডিজিটাল মার্কেটিং চ্যানেলের মাধ্যমে টার্গেট অডিয়েন্সের কাছে পৌঁছানোর জন্য স্ট্রাটেজি তৈরির উপায়

02

## Components of Digital Content

ডিজিটাল মার্কেটিংয়ের প্রাণই হলো ডিজিটাল কন্টেন্ট। যেকোনো ধরনের কন্টেন্ট বানাতে আপনাকে আগে ভালো কন্টেন্ট তৈরির উপায়গুলো জানতে হবে। সঠিক পরিকল্পনার মাধ্যমে বানানো কন্টেন্ট কাস্টমারদের আস্থা যেমন অর্জন করে, তেমনি আপনার মার্কেটিং প্রচেষ্টায় সাফল্য আনে।

ডিজিটাল কন্টেন্টকে মার্কেটিংয়ের কাজে লাগাতে আপনি শিখবেন:

- কন্টেন্ট রাইটিং
- কন্টেন্ট প্রচারণার টুলগুলোর ব্যবহার
- ভিডুয়াল ডিজাইনের রীতিনীতি
- কন্টেন্ট পারফরম্যান্স মনিটরিং টুলের ব্যবহার

03

## Facebook Marketing Tools (Organic)

ফেসবুকের মাধ্যমে বিনা খরচে আপনি সম্ভাব্য বড় কাস্টমারের কাছে পৌঁছাতে পারেন। কিন্তু তার আগে জনপ্রিয় এ সোশ্যাল মিডিয়া সাইটকে অন্যদের চেয়ে একটু আলাদাভাবে ব্যবহার করার অভ্যাস আয়ত্ত্ব করতে হবে আপনাকে।

ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে আপনি শিখবেন:

- ফেসবুক পেইজ ও গ্রুপ সঠিকভাবে চালানোর উপায়
- 'Creator Studio' ব্যবহারের পদ্ধতি
- 'Facebook Insights' থেকে আপনার পেইজ ও পোস্টের সাফল্য যাচাই করার উপায়
- 'Facebook Business Manager' ও 'Facebook Pixel' সম্পর্কিত প্রাথমিক ধারণা

**04**

## Google Marketing Tools (Organic)

বিজ্ঞাপনে দৈর্ঘ্যের টাকা না চলে গুগলের বিভিন্ন টুলকে ব্যবহার করে নিজের ওয়েবসাইটের ট্রাফিক বাড়ানোর কিছু উপায় রয়েছে।

গুগলের ফ্রি কয়েকটি টুলকে কাজে লাগানোর জন্য আপনি শিখবেন:

- 'Google My Business' ও 'Google Map' টুল সঠিকভাবে ব্যবহারের উপায়
- 'Google Analytics' ও 'Google Tag Manager' ব্যবহার করে ওয়েবসাইট ইউজারদের সম্পর্কে গুরুত্বপূর্ণ ডেটা সংগ্রহ ও অ্যানালিসিসের পদ্ধতি
- ইউটিউব (YouTube) মার্কেটিংয়ের চমৎকার সব কৌশল

**05**

## Facebook Ads

ফেসবুকের মাধ্যমে সঠিক সময়ে সঠিক কাস্টমারদের কাছে আপনি পৌঁছাতে পারেন বিজ্ঞাপন দিয়ে। কিন্তু দক্ষভাবে বিজ্ঞাপন বানাতে না পারলে শুধু অর্থের অপচয় হবে।

ফেসবুকের বিজ্ঞাপনে সাফল্য পেতে শিখবেন:

- 'Facebook Ads Manager' ব্যবহার করে মার্কেটিং ক্যাম্পেইন চালানোর উপায়
- বিভিন্ন ফরম্যাটের ফেসবুক বিজ্ঞাপন তৈরির কৌশল
- 'Facebook Pixel' ব্যবহার করে নির্দিষ্ট কাস্টমারদের কাছে বিজ্ঞাপন দেখিয়ে সেলস বাড়ানোর উপায়

**06**

## Google Ads

গুগল সার্চ থেকে শুরু করে অ্যাড্‌য়েড প্লে স্টোর – বিশ্বের সবচেয়ে জনপ্রিয় প্ল্যাটফর্মগুলোর কয়েকটি নিয়ন্ত্রণ করে গুগল। তাই সবচেয়ে কম সময়ে সবচেয়ে বেশি ওয়েবসাইট ভিজিটর পেতে সোশ্যাল মিডিয়া সাইটগুলোর চেয়েও গুগলের বিজ্ঞাপন বেশি কার্যকরী।

গুগলের মাধ্যমে সফলভাবে মার্কেটিং করার জন্য শিখবেন:

- 'Google Ads' প্ল্যাটফর্ম সঠিকভাবে ব্যবহারের উপায়
- 'Keyword Planner' ও 'Audience Manager' ব্যবহার করে কার্যকরী ও মানসম্মত ক্যাম্পেইন বানানোর কৌশল
- 'Google Tag Manager' টুলের মাধ্যমে নির্দিষ্ট কাস্টমারদের কাছে বিজ্ঞাপন দেখানোর উপায়

**07**

## Discover More Social Platforms

মার্কেটার হিসাবে ফেসবুক, গুগল আর ইউটিউবের জনপ্রিয়তা উপেক্ষা করার কোনো সুযোগ নেই। কিন্তু শুধু এসব প্ল্যাটফর্মে পড়ে থাকলে আপনার ব্যবসায়িক সুযোগ কমে যেতে পারে।

ফেসবুক, গুগল আর ইউটিউবের বাইরে অন্য যেসব অনলাইন প্ল্যাটফর্মকে মার্কেটিং ও ব্র্যান্ডিংয়ের কাজে লাগানোর উপায় সম্পর্কে শিখবেন:

- Instagram
- Quora
- WhatsApp
- Pinterest
- LinkedIn
- Snapchat
- Reddit
- Tiktok

**08**

## Monetization through Facebook, Google & YouTube

কন্টেন্ট ব্যবহার করে বিভিন্ন ডিজিটাল চ্যানেল থেকে অর্থ উপার্জন করা সম্ভব। এর জন্য প্রয়োজন সঠিক পরিকল্পনা, নিয়মিত ভালো কন্টেন্ট বানানো আর কয়েকটি প্ল্যাটফর্মের যথাযথ ব্যবহার। এ প্রক্রিয়া আপনার মার্কেটিংয়েও সাহায্য করবে।

যেসব ডিজিটাল প্ল্যাটফর্ম থেকে আয় করার উপায় সম্পর্কে শিখবেন:

- ফেসবুক পেইজ
- ইউটিউব চ্যানেল
- 'Google AdSense' ও 'Google Admob'

**09**

## Google Ads

আপনার টার্গেট অডিয়েন্সের কাছে সবসময় নিজের প্রোডাক্ট বা সার্ভিসের গুণগান গেয়ে মার্কেটিং করলে তা ডিজিটাল বিরক্তিরই উদ্ভব করে! এর পরিবর্তে তাদের প্রয়োজন অনুযায়ী কন্টেন্ট দিলে আস্থা অর্জন করতে পারবেন। সে কন্টেন্ট হতে পারে দরকারি তথ্যমূলক একটি আর্টিকেল বা চমকপ্রদ কোনো ভিডিও।

কন্টেন্ট দিয়ে টার্গেট অডিয়েন্সের আগ্রহ ধরে রাখার জন্য শিখুন:

- কাদের জন্য কোন ফরম্যাটের কন্টেন্ট কীভাবে বানাবেন
- একই কন্টেন্ট বিভিন্ন ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে ব্যবহারের উপায়
- কন্টেন্ট ব্যবহার করে কনভারশন বাড়ানোর কৌশল

10

## SEO (Search Engine Optimization)

আপনার টার্গেট অডিয়েন্স প্রতিনিয়ত সার্চ ইঞ্জিনগুলোতে তথ্য খোঁজেন। তাই সার্চ র‍্যাঙ্কিংয়ের উপরের দিকে থাকতে পারলে আপনার ওয়েবসাইট ট্রাফিক বাড়তে পারবেন বিজ্ঞাপনের সাহায্য ছাড়াই।

সার্চ র‍্যাঙ্কিংয়ে আপনার ওয়েবসাইটের র‍্যাঙ্কিং ভালো করার জন্য শিখুন:

- এসইও সম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ সব ধারণা (যেমন, কীওয়ার্ড রিসার্চ, অন-পেইজ এসইও ও লিংক বিল্ডিং)
- জনপ্রিয় এসইও টুলগুলোর (যেমন, 'Keyword Planner') দক্ষ ব্যবহার
- আপনার ওয়েবসাইটকে এসইও উপযোগী করে তোলার কৌশল

11

## Email Marketing

প্রতিটি মার্কেটিং কন্টেন্ট একটি বক্তব্য থাকে যার মাধ্যমে আপনি টার্গেট অডিয়েন্সের সাথে এক ধরনের যোগাযোগ তৈরি করতে চান। সোশ্যাল মিডিয়া ও সার্চ ইঞ্জিন দিয়ে টার্গেট অডিয়েন্সের কাছে পৌঁছাতে পারলেও বহু ক্ষেত্রে সে বক্তব্য হয়তো তাদের ব্যক্তিগত প্রয়োজনের সাথে মেলে না। এর সমাধান আপনি করতে পারেন ইমেইল মার্কেটিংয়ের সাহায্যে।

ইমেইল দিয়ে টার্গেট অডিয়েন্সের আস্থা অর্জন করার জন্য শিখুন:

- টার্গেট অডিয়েন্সের কাজে আসে, এমন ইমেইল ক্যাম্পেইন বানানোর ও টেস্টিংয়ের কৌশল
- ইমেইল মার্কেটিংয়ের জনপ্রিয় টুলগুলোর যথাযথ ব্যবহার
- ইমেইল ক্যাম্পেইনের সাফল্য যাচাইয়ের উপায়

12

## Moving Forward

ডিজিটাল মার্কেটিংয়ের জগতে প্রতিনিয়ত পরিবর্তন আসছে। আজ যা কাজে দিচ্ছে, কয়েক বছরের মধ্যেই হয়তো তা গুরুত্ব হারাবে। আবার নতুন নতুন প্ল্যাটফর্ম তৈরি করতে পারে মার্কেটিংয়ের বড় সুযোগ।

ডিজিটাল মার্কেটিংয়ে অন্যদের চেয়ে এগিয়ে থাকার জন্য পরিষ্কার ধারণা পান বিশেষ কিছু ফিল্ড সম্পর্কে:

- অ্যাপ মার্কেটিং
- ইকমার্স মার্কেটিং
- অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং

# Digital Marketing

## Career Track Syllabus



### Course 01

## Digital Marketing Foundation



### Lesson 01

### Welcome to Digital Marketing

1. Transforming into a Digital World
2. Digital Marketing: What makes it different?
3. Digital Tools: Changing Product, Placement, and Price
4. Building your Digital Presence
5. Marketing your Digital Presence
6. 5 Common Mistakes in Digital Marketing
7. marketing is definitely not selling
8. Why only Ad Making is not enough?
9. Reasons for failure in Digital marketing
10. Digital Marketing Framework
11. Digital Lifestyle in Bangladesh
12. Digital Marketing Landscape in Bangladesh
13. Quiz on Digital Marketing Benefits





## Lesson 02

### Marketing Toolkits

1. What's a Brand?
2. Value Proposition
3. Creating a Business Model Canvas
4. Market Research
5. SWOT Analysis
6. Know your Competitions
7. Find a Gap in the Market
8. Define your ideal Customer Segment
9. Product-Market Fit
10. Brand Positioning
11. Product Life Cycle
12. Factors to consider when Setting Prices
13. Pricing Strategies
14. Offer and Discount
15. Reasons to believe
16. Customer Feedback and Product Review
17. Assignment on SWOT Analysis



## Lesson 03

### Know your Customer Understanding Consumer Psychology

1. Marketing is all about Customers
2. Why a consumer purchases a product or uses a service?
3. How a consumer makes a purchase decision
4. Group Influence on Consumer Behavior
5. Audience Type
6. Identify where your customers will go
7. Developing a Consumer Persona
8. Customer Journey Mapping
9. Assignment on Developing a Customer Persona



## Lesson 04

### Digital Marketing Channels

1. Digital Marketing Platforms
2. How to create different persona for different platforms
3. Integrated Marketing Communication
4. Forms of Digital Ads
5. Native Marketing
6. Content Marketing
7. Influencer Marketing
8. Remarketing
9. Digital Media Buying
10. Evolution of Paid Media
11. What does the future hold?
12. Quiz on Evolution of Paid Media
13. Assignment on Content Distribution



## Lesson 05

### Digital Marketing Strategy Setup

1. Plan your online business strategy
2. Basic Requirements for Strategy Planning
3. Product or Service Briefing
4. Campaign Specific Requirement
5. Defining the Marketing Funnel
6. Picking the Right Media
7. Campaign Planning



## Lesson 06

### Know the Jargons

1. Marketing Channel related Jargons
2. Campaign Measurement Jargons
3. Browser Jargons
4. More Jargons Glossary



# Course 02

## Components of Digital Content



### Lesson 01

#### Content Planning

1. What are the digital content?
2. How to plan your content?
3. Short-term Plan and Long-term Plans
4. What Makes Ideas Sticky?
5. Make yourself visible
6. Content Creation Process
7. Content Clarity
8. Content Relevancy
9. Content Types
10. Content Frequency
11. Content Calendar Preparation



### Lesson 02

#### How to make great Visual Content?

1. Power of Visuals
2. Signs of Bad Visuals
3. Design Thumbrules
4. Design Principles
5. Visual Contrast and Visual Hierarchy
6. Graphic Elements of Design: Color Theory
7. Visual Contrast
8. Color Selection Criteria
9. Color Consistency
10. Textual Elements of Design: Fonts, Typography, and Spacing
11. Logo Selection Technique
12. Elements of a Brand Guideline
13. Thumbnail Selection
14. Modern practices
15. Tips for Impactful Creative
16. Design Library
17. Copyright Issues
18. Assignment on indentifying a good design and a bad design



## Lesson 03

### Content Writing

1. Importance of writing
2. What makes a writing poor?
3. General Guidelines of Content Writing
4. Power of Storytelling
5. Difference between Copywriting and Content-writing
6. Thumbrules for content writing
7. How to make Memorable Headlines
8. Article Writing Tips
9. Assignment on Content Writing on a particular Topic



## Lesson 04

### Content Distribution and Promotion

1. Distribution Channels
2. Does your business need a website?
3. Website Creation Tools
4. Community Build-up
5. The Power of Word of Mouth
6. How to make most of your content with curation and repurposing



## Lesson 05

### Impact measurement & Optimization

1. Turning Data into Insights
2. What metrics to consider
3. Monitoring and Evaluation Tools
4. Measuring KPIs
5. How to optimize results



## Lesson 06

### Tips

1. Value of a better-designed website
2. Use Canva to create Social Media Marketing Design



# Course 03

## Facebook Marketing Tools (Organic)



### Lesson 01

#### Facebook Page

1. Importance of FB Page
2. How to Create a Page
3. Editing Page Information
4. Page Settings: Basic
5. How to add CTA button
6. Page Settings: Advanced
7. Page Templates & Tabs
8. Page Post Types
9. Post Creation Basics
10. Navigating Page Features
11. Publishing Tools
12. Page Inbox Handling
13. FB Page SEO
14. FB Page Management from Apps
15. How to grow your Page Following
16. 8 Strategies to maintain a FB Page



### Lesson 02

#### Creator Studio

1. Content Library
2. Post Creation from Creator Studio
3. Video Curation
4. Content Publishing Options
5. Playlist, Series and Clips
6. Facebook Live
7. Facebook Story
8. Content Moderation
9. Create an Offer, Discount or Deal
10. Tag Products
11. Create Job Post
12. Facebook Event
13. Post Visibility
14. Crosspost on Facebook
15. Query Management from Creator Studio
16. Post Insights
17. Rights Manager
18. Creative Tools
19. Creator Studio App
21. Assignment on Creator Studio



## Lesson 03

### Facebook Insights

1. Explore Basic Page Insights
2. Creator Studio Insights
3. Competitive Analysis
4. Page Transparency
5. Facebook Analytics
6. Four steps to measure your page's performance
7. How to evaluate the success of your Page posts
8. Assignment on Exploring Insights on a Facebook Page



## Lesson 04

### FB Groups

1. Importance of Facebook Group
2. Applications of Facebook Groups
3. Group Creation
4. Connect your Group to Page
5. Group Settings
6. Group Member Moderation
7. Group Rules
8. Group Moderation
9. Group Insights



## Lesson 05

### FB Business Manager

1. What is Facebook Business Manager
2. How to Create a Business Manager Account
3. Navigation to Business Manager Home
4. Business Manager Settings part-1
4. Business Manager Settings part-2
5. Setup Guide



## Lesson 06

### FB Pixel

1. Importance
2. Pixel Setup
3. Pixel Dashboard Navigation
4. Pixel Extension



## Lesson 07

### Messenger

1. Get started with Messenger for Your Business
2. Page Inbox Handling
3. Messenger Room
4. Messenger Chatbox in Website
5. Messenger Chatbot
6. Commerce Messaging for Businesses



## Lesson 08

### Facebook Frame Studio

1. Profile Picture Frame
2. Facebook Camera Frame



## Lesson 09

### Other Essential FB Tools

1. Facebook Notes
2. Instant Article
3. FB Live Video with API
4. Facebook for Creators
5. Storytelling With Facebook 360
6. Fundraising on Facebook
7. Facebook Blueprint
8. Workplace for Facebook
9. Debugger Tools for Facebook



## Lesson 10

### Tips & Tricks

1. Follow Settings to See First
2. Branded Content & Paid Partnership
3. Define and Establish a community
4. Newsfeed Guidelines
5. Facebook Lead Generation Tools
6. Tips to improve your Facebook distribution
7. Facebook Page Verification

# Course 04

## Google Marketing Tools (Organic)



### Lesson 01

#### How Google Works

1. Search Engine
2. How Google Search works
3. Search Algorithm



### Lesson 02

#### Google My Business

1. What is Google My Business?
2. Account Setup
3. Adjusting Business Hours and Descriptions
4. Dashboard Navigation
5. How do I get my business listed on Google Search and Maps?
6. Website Listing in Search Engine
7. How to verify Google My Business Profile
8. Google My Business APIs



### Lesson 03

#### Google Map

1. Basics
2. Geo-Location APIs
3. Map Pricing





## Lesson 04

### Google Analytics

1. Overview
2. How can you make better decisions from GA?
3. Understanding Metrics that matter
4. Understanding Metrics
5. Audience Behavior Analysis
6. Campaigns
7. Event Tracking
8. Event Action To Measure Clicks
9. Conversion Funnel
10. Content Heatmap through Google Funneling
11. Analyzing Social Media Traffic through FB Pixel
12. Analyzing Audience through various Campaigns
13. Report Generation
14. Measurement Framework
15. Advanced Displays
16. Situation Analysis
17. Assignment on Exploring Google Analytics and Giving Explanation and Recommendation



## Lesson 05

### Google Tag Manager

1. Introduction to GTM
2. Develop a Tag Implementation Strategy
3. How Tag Manager works
4. Setup Google Tag Manager
5. Navigation to GTM
6. Google Tag Assistant
7. Install Google Analytics Tag in GTM
8. Setup FB Pixel via GTM
9. Setup Google Ads Remarketing Tag via GTM
10. Setup Conversion Tracking via GTM
11. Advanced Features in GTM
12. Quiz on GTM



## Lesson 06

### Campaign URL Builder

1. Explaining UTM
2. UTM Parameters
3. UTM Setup Process
4. Use Case of UTM in Google Analytics
5. UTM Best Practices



## Lesson 07

### Google Webmaster Tools

1. Introduction
2. Google Search Console
3. Webmaster Support
4. Webmaster Academy



## Lesson 08

### Google Data Studio

1. Overview
2. How Data Studio works
3. Navigate Data Studio
4. How to Create a Report
5. Format and Design Reports



## Lesson 09

### Think with Google

1. Introduction
2. Essential Tools
3. Google Trend Manager
4. Test My Site
5. Create with Google
6. Find My Audience



## Lesson 10

### Google Firebase

1. Introduction
2. Navigation
3. Analytics for Google Firebase



## Lesson 11

### YouTube

- |  |   |
|--|---|
| 1. Welcome to YouTube                                    | 21. YouTube Policy and Copyright Issues   |
| 2. YouTube Channel Creation                              | 22. How to Get More Views and Subscribers |
| 3. YouTube Channel Settings                              | 23. YouTube Creator Academy               |
| 4. Uploading your first YouTube Video                    | 24. Assignment                            |
| 5. Video Curation  |   |
| 6. Power of Playlists                                    |   |
| 7. Channel Trailer                                       |   |
| 8. YouTube Channel Maintenance                           |   |
| 9. YouTube Studio  |   |
| 10. YouTube Analytics                                    |   |
| 11. YouTube Video Editor Tool                            |   |
| 12. YouTube Premier                                      |   |
| 13. YouTube Chapter                                      |   |
| 14. YouTube Story  |   |
| 15. YouTube Live   |   |
| 16. YouTube Community Section                            |   |
| 17. Monetizing on YouTube                                |   |
| 18. Scaling YouTube Channel: YouTube SEO and more        |   |
| 19. Video Categories that Generate More Views on YouTube |   |
| 20. Tips for Creating High Performing Video              |   |



## Lesson 12

### Tips

1. Secure your site with HTTPS
2. Learn with Google



# Course 05

## FB Ads



### Lesson 01

#### Introduction to Facebook Ads

1. What is Facebook Ads?
2. How to identify a Facebook Ad?
3. FB Ad Delivery System
4. Key Elements of FB Ads
5. FB Ad Setup
6. Types of Facebook Ads
7. Normal Boosting v Ad Manager Boosting
8. Common mistakes about FB Ads
9. The most asked Question about Boosting



### Lesson 02

#### Ad Manager

1. Introduction to Ad Manager
2. Ad Account Navigation



### Lesson 03

#### Ad Account Introduction

- |                              |                            |
|------------------------------|----------------------------|
| 1. What is an Ad Account     | 4. User Sales Funnel       |
| 2. Benefits of Ad Account    | 5. Facebook Ad Manager App |
| 3. Basic Algorithm behind Ad |                            |



## Lesson 04

### Creating Ad account

- |                                |                 |
|--------------------------------|-----------------|
| 1. How to Create an Ad account | 3. Ad Structure |
| 2. Ad Creation Style           | 4. Ad Formats   |



## Lesson 05

### Campaign Level Navigation

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| 1. Campaign Objectives                         | 4. Campaign Budget Optimization |
| 2. Which campaign objective should you choose? | 5. A/B Test                     |
| 3. Ad Auction & Delivery                       |                                 |



## Lesson 06

### Ad Set Level Navigation

- |                       |                                       |
|-----------------------|---------------------------------------|
| 1. Budget Setup       | 5. Ad Budget                          |
| 2. Bid Strategy       | 6. Ad Schedule                        |
| 3. Audience Selection | 7. Optimization and Spending Controls |
| 4. Placement          |                                       |



## Lesson 07

### Ad Level Navigation

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 1. Identity                               | 8. Text and Links                     |
| 2. Ad Setup                               | 9. Call-to-action                     |
| 3. Ad Creative                            | 10. Tracking                          |
| 4. Ad Formats                             | 11. Ad Publish                        |
| 5. Ad Image/Video Specification           | 12. Ad Review Process                 |
| 6. Best Practices for Image and Video Ads | 13. Ad Monitoring                     |
| 7. Placement                              | 14. Assignment on Campaign Evaluation |



## Lesson 08

### Walk-through to Ad Creation

1. Creating a Page Like Ad
2. Creating a Static Ad
3. Creating a Video Ad
4. Creating a Carousel Ad
5. Creating a Messenger Ad
6. Create an Event Ad
7. Creating a Lead Form Ad
8. Assignment on Create a Page Like Ad
9. Assignment on Create a Static Ad
10. Assignment on Web Traffic Generation by Link Click



## Lesson 09

### Ad Compliance Issues

1. Type of Errors
2. Facebook Ad Policies
3. Ad Review Process
4. Text Overlay Tool
5. Facebook Object Debugger
6. Ad Rights Manager



## Lesson 10

### Advance Ad Editing

1. Campaign/Ad Set/Ad Edit
2. Campaign/Ad Set/Ad Duplicate
3. Split Test Campaign or A/B Test Campaign
4. How to recover Campaign if deleted
5. Optimize Creative for Mobile



## Lesson 11

### Ad Billing and Payment

1. Billing, Payment and Tax Information
2. Payment Method Integration
3. Billing Criteria
4. Payment Cycle & Payment Balance
5. Payment Report Generation



## Lesson 12

### **Audience Manager**

1. Assignment on Audience Manager



## Lesson 13

### **FB Pixel**

1. What is FB Pixel
2. Pixel Setup
3. Pixel Integration
4. FB Pixel Helper
5. FB Pixel Events
6. Creating Audience with FB Pixel
7. Advanced Conversion Tracking with FB Pixel
8. Pixel Extension in Chrome



## Lesson 14

### **FB Events Manager**

1. Data Sources
2. Custom Conversions
3. Partner Integrations



## Lesson 15

### **Advanced Ad Formats**

1. Generating Leads with Facebook
2. Website Traffic Campaign
3. Messenger Ads
4. Dynamic Product Ads



## Lesson 16

### Ad Measurement & Optimization

1. FB Ad Metrics
2. Metrics to measure
3. Ad Reporting
4. Assignment on Ad Reporting
5. Tips for improving ad metrics
6. Competitive Analysis
7. Ad Scaling
8. Analyze Measurement Data to Extract Key Insights
9. Evaluate and Optimize Your Advertising with Facebook Attribution
10. Measuring Creative Effectiveness
11. Assignment on Campaign Evaluation



## Lesson 17

### Facebook Analytics Tool

1. Audience Insights
2. Automated Rules



## Lesson 18

### Other Essential Features

1. Reach and Frequency Buying
2. Audience Network
3. Collaborative Ads
4. Direct Response Campaign
5. Develop Your Campaign with Marketing Insights From Facebook IQ



## Lesson 19

### Tips & Tricks

1. Boosting without showing in Page Timeline
2. Content Engagement from unwanted IDs
3. A/B Testing
4. Experiments and Trials
5. Cross Border Strategy
6. Facebook Marketing Partner





# Course 06

## Introduction to Google Ads



### Lesson 01

#### Introduction to Google Ads

- |                                      |                                   |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| 1. What is Google ads                | 6. Psychology of Search           |
| 2. Google Ad Campaign Setup Steps    | 7. Paid Search vs. Organic Search |
| 3. Google Ads Distribution Mechanism | 8. Google Ads Best Practices      |
| 4. Ad Ranking & Ad Quality Score     | 9. FAQ                            |
| 5. Bidding Process                   |                                   |



### Lesson 02

#### Types of Google Ads

1. Understanding Ad Types



### Lesson 03

#### Google Ads Account Introduction

- |                                      |                               |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| 1. Creating a Google Adwords Account | 4. Campaign Monitoring        |
| 2. Google Ads Dashboard Navigation   | 5. Billing and Payment method |
| 3. Account Settings                  |                               |



### Lesson 04

#### Setting up Google Ads

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 1. Ad Objectives and Goals         | 5. Placement                                    |
| 2. Ad Campaign Structure           | 6. Bidding and Budgeting                        |
| 3. Components of a Campaign        | 7. Assignment on Exploring a Google Ads Account |
| 4. Components of Ad Groups and Ads |   |



## Lesson 05

### Keyword Planner

1. Introduction to Keywords
2. Keyword Planning
3. Keywords Research
4. Keywords match types
5. Exploring negative keywords



## Lesson 06

### Audience Manager

1. Exploring Audience Types
2. Audience Creation
3. Audience Insights
4. Audience Sources
5. Assignment on Creating a Custom Audience



## Lesson 07

### Creating a Display Network Campaign

1. Plan and Create a Display Network Campaign
2. Target by Audience, Demographics, Keywords and Topics
3. Target Campaigns by Device Type and Placement
4. Ad Schedule and Frequency Capping
5. Create a Responsive Ad
6. Learning how to use dynamic display ads
7. Display Ad Criteria
8. Assignment on Creating a Google Display Ad



## Lesson 08

### Creating a Video Network Campaign

1. Plan and Create a Video Network Campaign
2. Placing Videos from YouTube
3. Targeting Audience



## Lesson 09

### **Creating a Search Network Campaign**

1. Plan and Create a Search Network Campaign
2. Targeting Audience
3. Headlines and Description
4. Ad Extensions
5. Assignment on Creating a Google Search Ad



## Lesson 10

### **Remarketing**

1. Set up remarketing code using Google Tag Manager
2. Developing Google Ads remarketing audiences with Google Analytics
3. How to build an effective display remarketing campaign
4. Display & dynamic remarketing best practices



## Lesson 11

### **Optimizing Campaigns**

1. Optimize Landing Pages for Quality Score
2. Optimize Bidding Performance
3. Optimize Budgets
4. Optimize Ad Delivery
5. Automate AdWords Campaign Using Rules
6. Optimize Campaign Configuration for Conversions



## Lesson 12

### Measuring Performance

1. Analyze and Create Reports in Google Ads
2. Link Adwords to Google Analytics
3. Measure AdWords Campaign Success (ROI)
4. Analyze Campaign Performance and Optimize Ads
5. Configure Conversion Tracking
6. Track Conversions
7. Ad Quality
8. Assignment on exploring the result of a specific Ad Campaign



## Lesson 13

### Advanced Adwords Features

1. Google Shopping
2. Create Dynamic Ads
3. Implement Keyword insertions
4. Implement Campaign Draft and Experiments
5. Introduction to Display Planner
6. Adwords Enhanced Campaigns
7. Smart campaigns



## Lesson 14

### Tips & Tricks

1. Review Google Ad Policies
2. Glossary
3. Guided Steps
4. Resources
5. Campaign Manager



# Course 07

## Discover More Social Platforms



### Lesson 01 Instagram

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| 1. Importance of Instagram Marketing   | 7. Engagement                     |
| 2. Setting Up Instagram Account        | 8. Analytics                      |
| 3. Instagram for Business              | 9. Instagram Marketing Strategy   |
| 4. Creating Instagram Business Account | 10. Instagram Ad Formats          |
| 5. Creating Content                    | 11. Creating Ads                  |
| 6. Scheduling Content                  | 12. Ways of running Instagram Ads |



### Lesson 02 WhatsApp

1. Using Whatsapp for Business
2. Whatsapp Business Profile
3. Whatsapp Business API



### Lesson 03 LinkedIn

1. Importance of LinkedIn
2. Creating a Company Page
3. Settings Navigation
4. What type of post should be posted on LinkedIn?
5. User Engagement Strategy
6. LinkedIn Ads



## Lesson 04

### Twitter

1. Basics
2. Twitter Account Setup
3. Creating Twitter Marketing Strategy
4. Advanced Features
5. Twitter Ads
6. Twitter Card Validator
7. Twitter Analytics



## Lesson 05

### Pinterest

1. Basics
2. Customize your Board
3. Marketing Strategy



## Lesson 06

### Quora

1. How can marketers use Quora effectively
2. Finding the best questions to answer
3. Answering a question effectively



## Lesson 07

### Other Platforms

1. Snapchat
2. TikTok, Likee
3. Reddit
4. Imo, Ring ID



# Course 08

## Monetization through FB, Google & YT



### Lesson 01

#### Facebook Monetization

- |                                      |                             |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| 1. Earn Money With Your Page Content | 7. Stars                    |
| 2. Overview                          | 8. Instant Article          |
| 3. Monetization Criteria             | 9. Payout Settings          |
| 4. In-stream Ad                      | 10. Policies Issues         |
| 5. Branded Content                   | 11. Quiz on FB Monetization |
| 6. Fan Subscription                  |                             |



### Lesson 02

#### YouTube Monetization

1. Options for YouTube Monetization
2. Monetization Criteria
3. How Ads Work
4. Placing Ads in YouTube
5. Analytics Dashboard & Evaluation
6. Payout Settings
7. Earn Money through YouTube Branded Content
8. Earn Money with Channel Memberships
9. YouTube MCN
10. Quiz on YT Monetization



## Lesson 03

### Google AdSense

1. Scopes
2. Monetization Criteria
3. Setting up AdSense Account
4. Auto Ads
5. Manual Ads
6. Analytics Dashboard & Evaluation
7. Blocking Sites
8. Payout Settings
9. Quiz on AdSense



## Lesson 04

### Google AdMob

1. Introduction
2. How to setup AdMob
3. Monetization Criteria
4. Manage Ad Formats and Inventory with AdMob
5. Create reports in Admob
6. Grow Revenue with AdMob Mediation
7. Protect Users and Advertisers on AdMob
8. Analytics
9. Payout





# Course 09

## Content Marketing



### Lesson 01

#### Introduction to Content Marketing

1. The Content Market Revolution
2. Get started with content marketing
3. Consumer Saturation: People Generally Ignore Ads
4. Connecting with the audience through unique, memorable stories
5. The Content Marketing Ecosystem



### Lesson 02

#### Content Marketing Basics

1. Content Formats
2. Get to know your online customers
3. Content Topic Selection
4. Types of Content Marketing
5. Content Marketing Tools



### Lesson 03

#### Crafting a Content

1. Mapping the Journey: Engaging Audiences
2. Expanding your Content Reach
3. Content Strategy of Article Writing
4. Content Writing Formula
5. Writing article and Optimization of Article for Search Engine
6. Development of Image and Video content



## Lesson 04

### Managing Content

1. Content Management
2. Create a Content Calendar



## Lesson 05

### Measuring Content

1. Establish your KPIs
2. Ensuring Your Content's Impact
3. Measure the Results

# SEO Course 10

## SEO Marketing



## Lesson 01

### SEO Basics

- |  |  |
|--|--|
| 1. What is SEO?                        | 8. Types of Keywords                           |
| 2. Why SEO is so powerful?             | 9. Top 10 Current Ranking Factors for Google   |
| 3. Components of Digital Marketing SEO | 10. SEO Tools                                  |
| 4. Where SEO is needed?                | 11. Set up basic SEO                           |
| 5. How Search Engine Works             | 12. Inbound Link, Outbound Link, Internal Link |
| 6. Difference between SEO and SEM      |  |
| 7. Keyword Research & Targeting        |  |



## Lesson 02

### On-page SEO

1. On-site SEO Basics
2. Keep a simple URL structure
3. Keyword Audit
4. Potential Keywords
5. Keyword List Sample
6. Technical Audit on metadata
7. Alt-tag
8. Blog Topic Ideas with Keywords



## Lesson 03

### Off-Page SEO

1. Backlink Audit
2. Linkbuilding
3. Social Bookmarking & Forum Posting



## Lesson 04

### Local SEO

1. Google My Business (GMB)
2. Local Citation



## Lesson 05

### Performance Testing

1. Indexing
2. Page speed
3. Mobile-Friendliness
4. User navigation
5. Technical



## Lesson 06

### SEO Tips

1. Creating a Blog
2. Planning the content
3. Content trumps everything
4. SEO Tools and Resources
5. Earning Scopes
6. Make your links crawlable
7. Others



## Lesson 07

### Direct Guidance to SEO

1. Hand-on Project
2. Assignment on SEO Audit or Analysis



# Course 11

## Email Marketing



## Lesson 01

### Plan your Email Campaign

1. Importance of Email Marketing
2. Advantages of Email Marketing
3. Mistakes to avoid
4. How to Build an Email List
5. Choosing a Marketing Objective
6. E-mail Topic Selection
7. Audience Research
8. KPI
9. Email Campaign Calendar
10. Email Marketing Tools



## Lesson 02

### **Crafting Email Content**

1. Mail Body and Subject Line
2. CTA
3. Sending Email



## Lesson 03

### **Audience Segmentation**

1. Mail Database Setup
2. Contact Upload System
3. Segmentation Technique



## Lesson 04

### **A/B Testing Mail**

1. Importance
2. Setting up A/B Testing Mail
3. Performance Evaluation



## Lesson 05

### **Analyzing Campaign Result**

1. Metrics to measure
2. Campaign Optimization
3. Recommendation
4. Assignment on exploring results of a campaign



## Lesson 06

### Guided Project

1. Step-by-step Guide to a Hands-on Project



## Lesson 07

### Assignment

1. Assignment on creating a mail marketing campaign



# Course 12

## Digital Marketing Tools, Tips & Best Practices



## Lesson 01

### App Marketing

1. FB App Marketing
2. Google App Marketing



## Lesson 02

### Affiliate Marketing

1. What is Affiliate Marketing?
2. How do the Affiliates get Paid?
3. Niche Research
4. Keyword Research
5. How to Promote?



### Lesson 03

## E-Commerce Marketing

1. Retargeting
2. Product's purchase cycle
3. F-Commerce



### Lesson 04

## More to Explore

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 1. Dynamic Product Ads          | 6. Calculate Lifetime Value (LTV)      |
| 2. Push Notification Marketing  | 7. Facebook Marketing Partner Criteria |
| 3. Bing Marketing               | 8. Google Ad Manager Partner Criteria  |
| 4. PR Marketing                 |  |
| 5. Inbound & Outbound Marketing |  |



### Lesson 05

## Other Essential Tools

- |                  |                      |
|------------------|----------------------|
| 1. SocialBaker   | 4. Learn with Google |
| 2. Hootsuit      | 5. Google Ad Manager |
| 3. Alexa Ranking |                      |



### Lesson 06

## Productivity Tools

- |  |                               |
|--|-------------------------------|
| 1. Cloud Services  | 4. Mail Labelling & Filtering |
| 2. Spreadsheet: The most important tool for any profession | 5. SAAS Tools                 |
| 3. Task Scheduling Tools                                   | 6. Office Tools               |



## Lesson 07

### Tips

1. Ad Fatigue Problem
2. Inspect Element
3. Netiquette
4. Price in Inbox
5. Habit Forming Product Development



## Lesson 08

### Career Prospects in Digital Marketing Fields

1. Job Scopes with Digital Marketing
2. Earning Scopes
3. Entrepreneurship POV
4. How to establish a Digital Marketing agency
5. Freelancing POV
6. How to prepare yourself for Digital Marketing related Jobs
7. Job Interview related Queries
8. What not to do while preparing CV and applying jobs



## Lesson 09

### Field of Opportunities

1. Career prospect in Digital Marketing
2. Skill Gap in Digital Marketing Field
3. Who will be benefitted through learning Digital Marketing



## Lesson 10

### Final Words

1. Practice & Implementation
2. Idea & Execution

— END —