

ООО "НР"

Утверждаю

Директор ООО "НР"



/ *Гришанов Н.Н.*

2023 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ/ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Уровень квалификации: "Специалист по интернет-маркетингу"

Объем: 288 часов

Форма обучения: очно-заочная

Тольятти, 2023

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Нормативно-правовые основания разработки программы.

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Программа разработана на основе профессиональных стандартов (квалификационных требований) в соответствии с требованиями профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» и компетенции Worldskills Russia «Интернет-маркетинг»

1.2 Область применения программы.

Настоящая программа предназначена для повышения квалификации: лиц, имеющих или получающих профильное среднее или высшее профессиональное образование; фрилансеров и действующих маркетологов, желающих повысить квалификацию и расширить свои компетенции в сфере интернет - маркетинга; индивидуальных предпринимателей и владельцев малого бизнеса; сотрудников маркетинговых, рекламных агентств, веб-студий и SMM-агентств, разрабатывающих и реализующих для своих клиентов проекты в сфере интернет-маркетинга.

Требования к слушателям (категории слушателей).

К освоению программы допускаются лица, являющиеся специалистами в области маркетинга и продаж различных направлений и с разным опытом работы. Специальных требований к поступающим нет. Программа полезна как руководителям, для систематизации своих знаний, так и специалистам для получения новых знаний и практических навыков.

1.3 Цель и планируемые результаты освоения программы.

Цели программы: формирование знаний об особенностях маркетинговой деятельности в сети Интернет; изучение основных направлений использования Интернет маркетинга в России и за рубежом.

Задачи программы:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет; теоретическое освоение студентами вопросов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет;
- приобретение практических навыков ведения рекламной кампании в сети Интернет.

Целью реализации программы является совершенствование и/или освоение следующих профессиональных компетенций:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Знания	Умения
ВД 1	Организация командной работы по продвижению продукта в сети интернет		
ПК 1.1.	Обосновывать целесообразность использования и применения маркетинговых коммуникаций	выявления потребностей (спроса) на товары/услуги; реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; анализа маркетинговой среды организации	анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; обеспечивать продвижение продуктова рынке с использованием маркетинговых коммуникаций
ПК.1.2.	Применять методы команды построения при решении поставленных задач	Принципы и методы организации труда в команде. Методы контроля и управления командой на рабочем месте.	Объективно оценивать как собственные профессиональные навыки и умения, так и других участников команды. Принимать помощь при выполнении задач, а также самостоятельно вносить вклад в работу команды
ВД 2	Применение делового русского и английского языка при продвижении продукта в сети интернет		
ПК 2.1.	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами	Основные правила вежливой коммуникации при взаимодействии в сети Интернет на русском и/или английском языке	Применять правила вежливой коммуникации при деловом общении и/или взаимодействии в сети Интернет на русском и/или английском языке
ВД 3	Организация работ по продвижению продукта в сети интернет		
ПК 3.1.	Организация работы по продвижению продукта с учетом техники безопасности	Общие правила безопасной работы на электрооборудовании, установленном на рабочем месте. Основы безопасной работы в сети Интернет	Поддерживать рабочее место в надлежащем состоянии: безопасном и аккуратном
ПК 3.2	Составление списка ключевых слов, отражающих	Виды поисковых запросов пользователей в интернете. Программные средства и	Использовать программные средства и платформы для подбора и анализа ключевых

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Знания	Умения
	специфику сайта	платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику сайта. Основы компьютерной грамотности Культура речи. Грамматика русского языка. Инструменты сбора и анализа поисковых запросов	слов и словосочетаний. Анализировать полученный список ключевых слов и словосочетаний с точки зрения соответствия техническому заданию. Оформлять список ключевых слов
ПК 3.3	Проведение работ по внутренней оптимизации сайта согласно требованиям поисковых систем	Основы гипертекстовой разметки (HTML) Особенности работы систем управления сайтами Особенности функционирования поисковых систем. Правила формирования служебного файла, размещенного в корневой директории сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого сайта. Правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова страницы, описание страницы). Работа с графическим редактором Основы компьютерной грамотности	Размещать текстовую и графическую информацию на страницах сайта. Редактировать гипертекстовую разметку сайта с использованием систем администрирования. Проверять гипертекстовую разметку сайта на соответствие отраслевым стандартам
ПК 3.4	Проведение работ по повышению популярности сайта в интернете	Особенности функционирования поисковых систем. Основы компьютерной грамотности. Правила деловой переписки. Грамматика русского языка	Анализировать сайты для размещения информации о продвигаемом сайте Выбирать разделы и места на страницах на партнерских сайтах для размещения информации о продвигаемом сайте. Составлять тексты, включающие ссылки на продвигаемый сайт, для размещения на сайтах партнеров
ПК 3.5	Составление контекстно-медийного плана продвижения	Основы контекстно-медийной рекламы в интернете. Виды поисковых запросов пользователей в интернете. Программные средства и платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику сайта. Инструменты поиска сайтов конкурентов. Инструменты мониторинга и сбора поисковых запросов сайтов	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы. Составлять рекламные объявления, привлекательные для целевой аудитории продвигаемого сайта Анализировать рекламные объявления на соответствие выданному техническому заданию

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Знания	Умения
		конкурентов. Основы компьютерной грамотности	
ВД 4	Выполнение комплекса работ по продвижению продукта в сети интернет		
ПК 4.1.	Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	Основы контекстно-медийной рекламы. Системы размещения контекстно-медийной рекламы. Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы. Основы компьютерной грамотности	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы. Группировать объявления по темам и направлениям. Контролировать места размещения контекстно-медийной рекламы.
ПК 4.2.	Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки	Основы контекстно-медийной рекламы. Системы размещения рекламы. Особенности размещения объявлений в системах контекстно-медийной рекламы. Стратегии размещения рекламных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы. Основы компьютерной грамотности	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы. Использовать специальные профессиональные сервисы для оценки стоимости перехода. Анализировать изменения стоимости клика во время проведения контекстно-медийной рекламной кампании
ПК 4.3.	Подбор социально-медийных площадок для продвижения	Функционирование современных социальных сетей. Аудитория социальных интернет-медиа. Особенности функционирования поисковых машин. Основы коммуникаций. Основы компьютерной грамотности	Использовать поисковые системы для обнаружения социально-медийных площадок. Анализировать тематику площадок. Оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках
ПК 4.4.	Управление коммуникациями в социальных интернет-медиа	Функционирование современных социальных сетей. Аудитория социальных интернет-медиа. Основы коммуникаций. Основы компьютерной грамотности	Использовать инструментальный набор современных социальных медиа. Обрабатывать графические материалы с использованием программных средств и платформ. Использовать профессиональные инструменты для проверки текстов
ПК 4.5.	Размещение рекламных объявлений в социальных интернет-медиа	Функционирование современных социальных сетей. Аудитория социальных интернет-медиа. Рекламные возможности современных социальных медиа. Основы компьютерной грамотности	Использовать рекламные возможности современных интернет-медиа. Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных интернет-медиа. Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа
ВД 5	Реализация стратегии поискового продвижения в интернете		

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Знания	Умения
ПК 5.1.	Организация работ в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге	Основные термины и определения, используемые в веб-аналитике. Структуру и особенности основных систем веб-аналитики (не менее 2х), включая дополнительные сервисы для отслеживания тегов на сайте (не менее 1). Процесс создания и установки счётчика веб-аналитики на сайт. Структуру и особенности статистик сообществ в социальных сетях (не менее 3х социальных сетей). Возможности анализа сайта с точки зрения их видимости для поисковых систем и поисковой оптимизации. Статистические возможности сервисов рассылок	Создать счётчики основных систем веб-аналитики (не менее 2х) и передать для размещения на сайт или самостоятельно разместить их на сайте с помощью дополнительных сервисов. Проверить размещение счётчиков веб-аналитики на сайте и корректность сбора данных. Предоставить доступ к счётчику на сайте другим лицам на просмотр и редактирование. Установить самостоятельно простые и составные цели на сайте, связанные с загрузкой страниц. Провести анализ источников трафика
ПК 5.2.	Организовывать работы по привлечению трафика на площадки и конверсии его в целевые действия в интернет-маркетинге	КРІ (ключевые показатели эффективности) каждого канала интернет-маркетинга. Особенности каждого канала интернет-маркетинга с точки зрения скорости запуска, получения первых результатов и необходимых бюджетов Этапы запуска контекстно-медийной рекламы. Основные ошибки, допускаемые в контекстно-медийной рекламе и как их избежать. Алгоритм реакции на упоминания в социальных сетях Рекламные инструменты социальных сетей, включая особенности рекламных кабинетов основных социальных сетей (не менее двух). Правила работы с рассылками, включая создание цепочек писем и триггерные рассылки. Структуру продающего письма для рассылки Особенности работы с партнёрскими площадками: риски, возможности и бюджетирование. Особенности работы с	Прогнозировать бюджет на контекстно-медийную рекламу. Самостоятельно запустить контекстно-медийную рекламу, состоящую минимум из 2-х групп запросов и включающую минус-слова. Составить первый вариант семантического ядра сайта. Провести анализ тестовой рассылки, включая выводы и рекомендации. Определять частоту запросов с помощью сервиса анализа показов рекламных объявлений. Составить контент-план на 2 недели для сообщества в социальных сетях (не менее трех социальных сетей). Написать пост для трех социальных сетей контент-плану (на выбор). Продвинуть пост в трех социальных сетях, показать все возможности для продвижения поста. Создать и запустить рекламную кампанию на сайт в трех социальных сетях, состоящую минимум из 2-х групп объявлений, отличающихся аудиторией и более, чем 3-х объявлений внутри группы.

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Знания	Умения
		медийными агентствами: риски, возможности и бюджетирование Процесс отбора и контроля исполнителей по SMM. Процесс отбора и контроля исполнителей по SEO Процесс отбора и контроля исполнителей по Контекстно-медийной рекламе. Процесс отбора и контроля исполнителей по Медийной рекламе. Процесс отбора и контроля исполнителей по Рассылкам. Процесс отбора и контроля исполнителей по Партнёрским сетям. Термины: целевая аудитория, сегменты целевой аудитории, персонаж (типичный пользователь), клиентский опыт и пользовательский опыт, управление клиентским опытом, пользовательского сценария. Базовые правила UXD сайта. Стандартные ошибки, приводящие к прерываниям пользовательских сценариев и усложняющие достижение конверсий на сайте	отличающихся креативом. Запустить рассылку по предоставленной базе, ориентированную на наилучшие Open Rate и Click Rate. Определять наиболее выгодный для организации канал интернет-маркетинга, используя данные веб-аналитики и расчёты по количеству и стоимости посетителей по каждому источнику трафика. Провести процедуру отбора исполнителей на выполнение работ в сфере интернет-маркетинга. Оценить на полноту и достоверность отчёты исполнителей по каждому каналу интернет-маркетинга Составить требования к CRM

Слушатель должен обладать общими компетенциями (ОК):

ОК Владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОК Готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе; ОК Владение навыками публичных деловых коммуникаций;

ОК Способность к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства.

Форма документа по результатам освоения программы: выдается удостоверение о повышении/переподготовке квалификации.

2. Учебный план

Наименование компонентов программы	Объем программы (академические часы)						
	Всего	Самостоятельная работа	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем				Промежуточная аттестация
			Всего во взаимодействии с преподавателем	Теоретическое обучение	Практические работы	Практика (стажировка)	
Модуль 1. Организация командной работы по продвижению продукта в сети интернет	36	6	30	18	10	0	2
Тема 1.1. Интернет маркетинг в современных условиях	21	3	18	12	6		
Тема 1.2. Командообразование	13	3	10	6	4		
Промежуточная аттестация по модулю 1	2		2				2
Модуль 2 Применение делового русского и английского языка при продвижении продукта в сети интернет	36	6	30	4	24	0	2
Тема 2.1. Использование делового русского языка в бизнес-коммуникациях (копирайтинг) больше часов, это основа деятельности	15	3	12	2	10		
Тема 2.2. Использование делового английского языка в бизнес-коммуникациях	19	3	16	2	14		
Промежуточная аттестация по модулю 2	2		2				2
Модуль 3 Организация работ по продвижению продукта в сети интернет	90	12	78	24	24	24	6
Тема 3.1. Организация работы и техника безопасности	9		9	4		5	
Тема 3.2. Организация процессов продвижения продукта в интернет-маркетинге	15	2	13	2	6	5	
Тема 3.3. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта согласно требованиям поисковых систем	19	2	17	6	6	5	

Тема 3.4 Проведение работ по повышению популярности сайта в интернете	21	4	17	6	6	5	
Тема 3.5. Составление контекстно-медийного плана продвижения	20	4	16	6	6	4	
Промежуточная аттестация по модулю 3			6				6
Модуль 4. Выполнение комплекса работ по продвижению продукта в сети интернет	90	18	72	14	28	24	6
Тема 4.1. Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	13	3	10	2	4	4	
Тема 4.2. Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы	13	3	10	2	4	4	
Тема 4.3. Подбор социально-медийных площадок для продвижения	13	3	10	2	4	4	
Тема 4.4. Управление коммуникациями в социальных интернет-медиа	21	3	18	6	6	6	
Тема 4.5. Размещение рекламных объявлений в социальных интернет-медиа	24	6	18	6	6	6	
Промежуточная аттестация по модулю 4							6
Модуль 5 Реализация стратегии поискового продвижения в интернете	30	6	24	4	14	6	0
Тема 5.1. Статистика и аналитика в интернет-маркетинге	12	3	9	2	4	3	
Тема 5.2. Организация работ по привлечению трафика на площадки и конверсии его в целевые действия в интернет-маркетинге	18	3	15	2	10	3	
Промежуточная аттестация по модулю 5	0		0				0
Итого	282	48	234	64	100	54	16
Итоговая аттестация:	6	0	6				6
Итого по программе	288	48	240	64	100	54	22

Календарный учебный график

Наименование компонентов программы	Неделя	Аудиторные занятия, час															Онлайн Занятия					Итого количество часов по неделям, час					ИТ ОГ О
		пон			вт			ср			чт			пт			сб	Ауди торн	Прак тика	Он- лайн	ПА	И А					
		2	4	6	2	4	6	2	4	6	2	4	6	2	4	6											
Модуль 1. Организация командной работы по продвижению продукта в сети интернет	1	1.1.			ПР 1			1.2.			ПР 2			ПА			СР/ онлайн	28	0	6	2	0	36				
Модуль 2 Применение делового русского и английского языка при продвижении продукта в сети интернет	2	т 1.2.			ПР 3			т.2.2			ПР 4			ПА			СР/ онлайн	28	0	6	2	0	36				
Модуль 3 Организация работ по продвижению продукта в сети интернет	3	3.1	3.2		ПР 5			3.3			ПР 6			3.4			СР/ онлайн	30	0	6	0	0	36				
	ПР 7		3.5			ПР 8			ПП М3			ПП М3															
Модуль 4. Выполнение комплекса работ по продвижению продукта в сети интернет	5	ПП М3			ПП М3			ПА-экз			4.1	ПР 9		4.2	ПР 10		СР/ онлайн	12	12	6	6	36					
	4.3	ПР 11		4.4			ПР 12			4.5			ПР 13														
Модуль 5 Реализация стратегии поискового продвижения в интернете	7	ПП М4			ПП М4			ПП М4			ПП М4			ПА-экз			СР/ онлайн	30	24	6	6	36					
	4.1	ПР 14		4.1			ПР 15			ПП М5			СР/ онлайн														
	8	4.1	ПР 14		4.1			ПР 15			ПП М5			СР/ онлайн			Дэ	18	6	6	6	36					

Точный порядок реализации модулей определяется в расписании занятий

Программа учебных модулей

Наименование модулей и тем программы	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа слушателей	Уровень освоения	Объем часов
Модуль 1. Организация командной работы по продвижению продукта в сети интернет			
Тема 1.1. Интернет маркетинг в современных условиях			
	Дидактические единицы		36
	Понятие комплекса маркетинга продукта	2	
	Понятие Интернет маркетинга	2	
	Цели, задачи и основные подходы Интернет маркетинга.	2	
	Принципы и методы Интернет-маркетинга	2	12
	Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России	2	
	Персонализация компании в маркетинге	2	
	Методы рекламы в сети Интернет	2	
	Правила подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа объявлений с точки зрения психологии восприятия потребителем	2	
	Эффективность контекстной рекламной кампании	2	
	Практическая работа		6
	1. Организация и расчет эффективности контекстной рекламной кампании	3	
	Самостоятельная работа		3
	1. Описание специфики мероприятий Интернет-маркетинга в России	3	
Тема 1.2. Командообразование			
	Дидактические единицы		
	Принципы и методы организации труда в команде	2	
	Методы контроля и управления командой на рабочем месте	2	6
	Принципы и методы организации труда в команде	2	
	Методы контроля и управления командой на рабочем месте	2	
	Оценка профессиональные x навыков и умений участников команды	2	
	Практическая работа		4
	2. Организация выполнения совместного задания в действующем коллективе	3	
	Самостоятельная работа		3
	2. Ролевая характеристика действующего коллектива	3	
	Дифференцированный зачет	3	2
Промежуточная аттестация по модулю 1			
Модуль 2 Применение делового русского и английского языка при продвижении продукта в сети интернет			
36			

Наименование модулей и тем программы	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа слушателей	Уровень освоения	Объем часов
Тема 2.1. Использование делового русского языка в бизнес-коммуникациях	Дидактические единицы		
	Основные отличия делового русского языка от литературного и разговорного	2	
	Особенности и правила ведения деловой переписки на русском языке	2	
	Особенности ведения деловых переговоров на русском языке	2	2
	Слова клише, часто используемые в интернет-маркетинге	2	
	Основные правила вежливой коммуникации при взаимодействии в сети Интернет на русском языке	2	
	Культура речи с использованием русского и английского языков	2	
	Практическая работа		
Тема 2.2. Использование делового английского языка в бизнес-коммуникациях	3. Использование устойчивых лексико-грамматических оборотов при формировании деловой переписки на русском языке	2	10
	Самостоятельная работа		3
	3. Составление делового письма по заданной теме на русском языке	2	
	Дидактические единицы		
	Основные отличия делового английского языка от литературного и разговорного	2	
	Особенности и правила ведения деловой переписки на английском языке	2	
	Особенности ведения деловых переговоров на русском языке	2	2
	Основные правила вежливой коммуникации при взаимодействии в сети Интернет на английском языке	2	
Промежуточная аттестация по модулю 2	Культура речи с использованием русского и английского языков	2	
	Практическая работа		
	4. Использование устойчивых лексико-грамматических оборотов при формировании деловой переписки на английском языке	3	14
	Самостоятельная работа		3
	4. Составление делового письма по заданной теме на английском языке	3	
	Дифференцированный зачет	3	2
	Модуль 3 Организация работ по продвижению продукта в сети интернет		90
	Дидактические единицы		
Тема 3.1. Организация работы и техника безопасности	Стандарты охраны здоровья при работе с компьютером	2	
	Способы устранения первичных проблем, связанные с электронным оборудованием	2	
	Приемы настройки проводного, либо беспроводного выхода в сеть Интернет	2	4

Наименование модулей и тем программы	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа слушателей	Уровень освоения	Объем часов
Тема 3.2. Организация процессов продвижения продукта в интернет-маркетинге	Способы поддержания рабочего места в безопасном и аккуратном состоянии	2	
	Способы устранения первичных проблем, связанных с электронным оборудованием	2	
	Основы безопасной работы в сети Интернет	2	
	Дидактические единицы Первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику сайта Расширение и изменение списка ключевых слов, отражающих специфику сайта Оценка подобранных словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике сайта	2	2
Тема 3.3. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта согласно требованиям поисковых систем	Практическая работа 5. Составление сравнительной таблицы маркетинговых сайтов на предмет их соответствия тематике и специфике организации.	3	6
	Самостоятельная работа 5. Составление сравнительной таблицы поисковых систем и каталогов России и мира по их соответствию тематике и специфике организации.	3	2
	Дидактические единицы Размещение текстов на сайт с учетом факторов внутреннего поисковой оптимизации Оптимизация гипертекстовой разметки сайта Оптимизация мета-информации страницы	2 2 2	6
	Практическая работа 6. Расчет порядка создания и сопровождения Web-узла.	3	
Тема 3.4 Проведение работ по повышению популярности сайта в интернете	Самостоятельная работа 6. Описание проблемы совместимости обозревателей используя 2-3 примера из сети	3	2
	Дидактические единицы Подбор площадок для размещения информации о продвигаемом сайте Оценка подобранных площадок с точки зрения их соответствия тематике продвигаемого сайта Размещение информации о продвигаемом сайте на выбранных площадках	2 2 2	6
	Практическая работа 7. Создание списков способов и приемов продвижения на примере конкретного интернет-магазина.	3	6
	Самостоятельная работа 7. Создание списков пиктограмм, пригодных для использования в международной среде и в России.	3	4

Наименование модулей и тем программы	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа слушателей	Уровень освоения	Объем часов
Тема 3.5. Составление контекстно- медийного плана продвижения	Дидактические единицы		
	Подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений	2	
	Оценка подобранных ключевых слов и словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике рекламируемого сайта	2	6
	Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети	2	
	Практическая работа		
	8. Составление сравнительного анализа текстов рекламных объявлений Интернет-магазина(ов)	3	6
	Самостоятельная работа		
	8. Оценка качества рекламных текстов и уровня ее эффективности (на примере некоторых маркетинговых сайтов)	3	4
	Практика (стажировка)	3	24
	Экзамен	3	6
Промежуточная аттестация по модулю 3			90
Модуль 4. Выполнение комплекса работ по продвижению продукта в сети интернет			
Тема 4.1. Размещение контекстно- медийных объявлений в системах интернет- рекламы	Дидактические единицы		
	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании	2	
	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе интернет-рекламы	2	2
	Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе интернет-рекламы	2	
	Практическая работа		
	9. Составление сравнительной оценки места размещения рекламных объявлений (на примере 5-6 маркетинговых сайтов)	3	4
	Самостоятельная работа		
	9. Составление формулировки основных правил продвижения контекстно-медийных рекламных объявлений на примере нескольких интернет-магазинов.	3	3
Тема 4.2. Управление стоимостью перехода пользователем с рекламной площадки	Дидактические единицы		
	Оценка стоимости перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на сайты конкурентов	2	2
	Сравнение текущей стоимости перехода на рекламируемый сайт с планируемой	2	

Наименование модулей и тем программы	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа слушателей	Уровень освоения	Объем часов
контекстно-медийной системы	Изменение стоимости перехода на рекламируемый сайт с рекламной площадки контекстно-медийной системы	2	
	Практическая работа		4
	10. Расчет примерной стоимости перехода пользователя с одной площадки на другую	3	
	Самостоятельная работа		
	10. Проведение сравнительного анализа стоимости перехода на 3-4 рекламируемых сайта	3	3
Тема 4.3. Подбор социально- медийных площадок для продвижения	Дидактические единицы		
	Составление списка социально-медийных площадок	2	
	Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и социально-медийной площадки	2	2
	Составление отчета об условиях размещения информации на подобранных социально-медийных площадках	2	
	Практическая работа		
Тема 4.4. Управление коммуникациями в социальных интернет-медиа	11. Составление списка социально-медийных площадок для продвижения и проанализировать соответствие тематики продвигаемого ресурса и социально-медийной площадки	3	4
	Самостоятельная работа		
	11. Расчёт оценки эффективности размещения информации на нескольких социально-медийных площадках.	3	3
	Дидактические единицы		
	Регистрация и оформление сообществ в социальных сетях	2	6
Тема 4.5. Размещение рекламных объявлений в социальных интернет-медиа	Размещение информационных сообщений в социальных интернет-медиа	2	
	Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа	2	
	Практическая работа		
	12. Анализ возможности размещения информационных сообщений в социальных интернет-медиа (на примере нескольких социальных сетей)	3	6
	Самостоятельная работа		
Тема 4.5. Размещение рекламных объявлений в социальных интернет-медиа	12. Анкетирование и анализ полученных результатов по продвижению конкретной рекламной продукции, исследуя комментарии и вопросы участников сообществ.	3	3
	Дидактические единицы		
	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании	2	6
	Размещение текстовых рекламных объявлений в интернет-медиа объявлений	2	
	Размещение медийных рекламных объявлений в интернет-медиа	2	

Наименование модулей и тем программы	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа слушателей	Уровень освоения	Объем часов
Промежуточная аттестация по модулю 4	Практическая работа		
	13. Оценка правильности мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений для конкретной рекламной компании на примере одного их интернет -магазинов	3	6
	Самостоятельная работа		
	13. Учет и анализ результатов размещения текстовых и медийных рекламных объявлений в нескольких социальных интернет-медиа	3	6
	Практика (стажировка)	3	24
	Экзамен	3	6
	30		
	Модуль 5 Реализация стратегии поискового продвижения в интернете		
	Дидактические единицы		
	Основные термины и определения, используемые в веб-аналитике	2	2
Тема 5.1. Статистика и аналитика в интернет-маркетинге	Структура, особенности возможности сервиса рассылок	2	
	Статистические возможности счётчиков основных систем веб-аналитики	2	
	Создание и размещение счётчиков основных систем веб-аналитики	2	
	Предоставление доступа для просмотра и редактирования сторонним пользователям	2	
	Практическая работа		
	14. Учет и сравнение ошибок в сборе и интерпретации данных (на примере нескольких интернет-магазинов)	3	4
	Самостоятельная работа		
	14 Анализ эффективности нескольких рекламных кампаний через анализ статистических данных установленных счетчиков (на примере нескольких интернет-магазинов)	3	3
	Дидактические единицы		
	ключевые показатели и особенности эффективности канала интернет-маркетинга	2	
Тема 5.2. Организация работ по привлечению трафика на площадки и конверсии его в целевые действия в интернет-маркетинге	Этапы запуска контекстно-медийной рекламы	2	
	Основные ошибки, допускаемые в контекстно-медийной рекламе	2	
	Работы по внутренней и внешней оптимизации сайта	2	
	Особенности потребления контента в социальных сетях	2	
	Правила написания постов в социальных сетях	2	
	Рекламные инструменты социальных сетей	2	
	Правила работы с рассылками	2	2
	Структуру продающего письма для рассылок	2	

Наименование модулей и тем программы	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа слушателей	Уровень освоения	Объем часов
	Особенности работы с партнёрскими площадками: риски, возможности и бюджетирование	2	
	Особенности работы с медийными агентствами: риски, возможности и бюджетирование	2	
	Процесс отбора и контроля исполнителей по SMM	2	
	Процесс отбора и контроля исполнителей по SEO	2	
	Процесс отбора и контроля исполнителей по Контекстно-медийной рекламе	2	
	Процесс отбора и контроля исполнителей по Медийной рекламе	2	
	Процесс отбора и контроля исполнителей по Рассылкам	2	
	Процесс отбора и контроля исполнителей по Партнёрским сетям	2	
	Базовые правила юзабилити сайта	2	
	Базовые правила UXD сайта	2	
	Стандартные ошибки, приводящие к прерываниям пользовательских сценариев	2	
	Практическая работа		
	15. Применение SEO технологий для продвижения продукта в сети интернет	3	10
	Самостоятельная работа		
	15. Расчёт коэффициентов рентабельности инвестиций, показателей доходности и убыточности для выбранной рекламной компании (на примере одного из интернет-магазинов)	3	3
Итоговая аттестация	Практика (стажировка)	3	6
	Экзамен / Демонстрационный экзамен	3	6
	ИТОГО:		288

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Материально-техническое обеспечение

Лекции и практические работы проводятся в аудиториях, оснащенных проекционным оборудованием или интерактивными досками, персональными компьютерами. Для онлан-занятий и самостоятельной работы студенты должны иметь компьютер и выход в Интернет.

Оборудование одного учебного места - стандартные рабочее место специалиста по интернет-маркетингу: персональный компьютер, принтер, наушники, выход в интернет, стол, мягкий стул.

Технические средства обучения:

- Компьютеры,
- Программное обеспечение,
- Интерактивная доска,
- МФУ,
- Веб камеры,
- Сервер,
- СКС,
- Маркерная доска
- Модель интернет магазина CRM

Информационное обеспечение обучения

Нормативно-правовые акты:

Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

Основные источники:

Маркетинг. Работаем по системе. М.: СилаУма-Паблишер, 2016. –264 стр.

Щеглов Ю.А. Интернет-маркетинг. Учебный курс для магистратуры, 2016
З.Вертайм К. Цифровой маркетинг: как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других

современных технологий : пер. с англ. / Кент Вертайм, Ян Фенвик; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз : Издательство Юрайт, 2017. -377 с

4. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие/ под ред. Л.А. Данченко. – СПб.: Питер, 2013.

Дополнительные источники.

Веселов А., Горбачев М., Пискунова Н. Интернет-маркетинг и продажи: как заставить сайт продавать. Ростов-на-Дону: Феникс, 2016.

Халид Салех, Айят Шукайри. Повышение конверсии веб-сайта. - Манн, Иванов и Фербер, 2018.

Давыдов, С.Г. Сервисы групповых покупок в России: аудитория и направления развития / С.Г.Давыдов, Е.В.Демидов // Реклама. Теория и практика. - 2011. - № 5.- С. 290-298.

Данишевская, О.Г. Путь лидера онлайн-продаж: ключевые правила создания "продающего" интернет-магазина / О.Г.Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2011. - № 1. - С. 8-24.

Данишевская, О.Г. Секреты успеха: как создать прибыльный бизнес в интернете (часть 1): создание интернет-магазина / О.Г.Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2011. - № 4. - С. 250-258.

Данишевская, О.Г. Секреты успеха: как создать прибыльный бизнес в интернете (часть 2): создание интернет-магазина / О.Г.Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2011. - № 5. - С. 310-320.

Мейерсон М., Скарборо М. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

Интернет-ресурсы:

«Наука и технологии РФ» - <http://www.strf.ru/>

«Открытые системы» - <http://www.osp.ru/>

«Энциклопедия маркетинга» - <http://www.marketing.spb.ru/>

«Новый маркетинг» - <http://marketing.web-standart.net/>

«Маркетинг-менеджмент» - <http://mgmt.ru/index.html>

«Гильдия маркетологов» - <http://www.marketologi.ru/>

«Служба опросов интернет аудитории» - <http://www.voxru.net/>

видеокурс «Интернет-маркетинг» - <https://maed.ru/useful-and-free/video-course-on-internet-marketing/video/>

Организация образовательного процесса:

Виды учебной работы	Образовательные технологии, которые используются при проведении учебной работы
Лекции	Обозначение теоретических и практических компонентов рассматриваемых вопросов. Установление междисциплинарных связей в ходе разъяснения учебного материала. Компьютерные презентации, наглядные пособия, раздаточные материалы
Практические занятия	Групповая работа, решение задач, деловые игры, тренинги, мастер-классы. Методика «case-study» позволяет развивать умение анализировать бизнес-ситуации и успешно осуществлять поиск решений для них. У слушателей есть возможность закреплять полученные знания на проводимых в очной форме семинарах и тренингах. Отнесение информации к личному опыту слушателей, их профессиональной деятельности.
Самостоятельная работа	Работа с литературой, дополнительными материалами, выполнение тестов для самопроверки, интерактивная работа на дистанционном обучающем портале, размещенном на сайте http://kutts.ru
Итоговая аттестация	Слушателям предоставляется бесплатный доступ к электронно-библиотечной системе «Знанию» и рабочее место в компьютерном классе или читальном зале библиотеки с выходом в Интернет. Комплексное изучение учебных дисциплин

Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализацию образовательного процесса обеспечивают:

- преподаватели, имеющие профильное образование и стаж преподавательской деятельности не менее 3-х лет;
- специалисты-практики, имеющие опыт работы в области профессиональной деятельности, соответствующей направленности ДПП;
- представители предприятий и организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой программы для проведения «круглых столов», деловых игр и мастер-классов.

6. Контроль и оценка результатов освоения программы

К итоговой аттестации допускаются слушатели, успешно прошедшие промежуточный контроль предусмотренный учебным планом настоящей программы. К итоговой аттестации слушатели представляют следующие материалы: