

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлудков  
Должность: директор  
Дата подписания: 13.03.2023 16:26:47  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Аннотация дополнительной профессиональной программы профессиональной  
переподготовки  
**«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В  
ПРОДВИЖЕНИИ»**

### **1. Направление подготовки:**

Приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 N 7 (ред. от 13.07.2017) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09.02.2016 N 41028)

### **2. Категория слушателей:**

Программа разработана в рамках федерального проекта «Содействие занятости» национального проекта «Демография» по дополнительному профессиональному образованию отдельных категорий граждан.

Условиями участия отдельных категорий граждан в мероприятиях по обучению является отнесение их к одной из следующих категорий (далее - участник мероприятий по обучению):

- а) граждане в возрасте 50 лет и старше, граждане предпенсионного возраста;
- б) женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3 лет;
- в) женщины, не состоящие в трудовых отношениях и имеющие детей дошкольного возраста в возрасте от 0 до 7 лет включительно;
- г) безработные граждане, зарегистрированные в органах службы занятости;
- д) работники, находящиеся под риском увольнения, включая введение режима неполного рабочего времени, простой, временную остановку работ, предоставление отпусков без сохранения заработной платы, проведение мероприятий по высвобождению работников;
- е) граждане Украины и лица без гражданства, постоянно проживающие на территории Украины, которые получили удостоверение беженца или свидетельство о предоставлении временного убежища на территории Российской Федерации;
- ж) граждане из числа молодежи в возрасте до 35 лет включительно, относящиеся к следующим категориям:
  - граждане, которые с даты окончания военной службы по призыву не являются занятыми в соответствии с законодательством Российской Федерации о занятости населения в течение 4 месяцев и более;
  - граждане, которые с даты выдачи им документа об образовании и (или) о квалификации не являются занятыми в соответствии с законодательством Российской Федерации о занятости населения в течение 4 месяцев и более;
  - граждане, находящиеся под риском увольнения (граждане, планируемые к увольнению в связи с ликвидацией организации либо с прекращением деятельности индивидуального предпринимателя, сокращением численности или штата работников организации, индивидуального предпринимателя и возможным расторжением с ними трудовых договоров);
  - граждане, завершающие обучение по образовательным программам среднего профессионального или высшего образования в текущем календарном году (за исключением получивших грант на обучение или обучающихся по договорам о целевом

обучении), обратившиеся в органы службы занятости по месту жительства, для которых отсутствует подходящая работа по получаемой профессии (специальности).

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- 1) лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- 2) лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

### **3. Форма обучения (подчеркнуть)**

*очная, очно-заочная, заочная;*

*очная с прим. ДОТ, очно-заочная с прим. ДОТ, заочная с прим. ДОТ*

*очная с прим. ЭО и ДОТ, очно-заочная с прим. ЭО и ДОТ, заочная с прим. ЭО и ДОТ*

### **4. Период реализации программы: 256 акад.ч.**

### **5. Период актуальности программы: до декабря 2023г.**

### **6. Язык, на котором реализуется программа – русский.**

### **7. Основные дисциплины программы**

*1. Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии.*

Цели и задачи маркетинга и интернет-маркетинга для бизнеса. Стратегии продвижения в цифровой среде. Основные концепции и инструменты маркетинга. Маркетинговые исследования в интернете. Брендинг, позиционирование, формирование уникального торгового предложения (УТП). Карта пути клиента (Customer Journey Map) и воронка продаж.

*2. Основы создания web-сайта компании. Web-аналитика и usability. Поисковая оптимизация (SEO).*

Актуальные тренды web-дизайна для различных типов сайтов. Обзор и сравнение популярных CMS (систем управления сайтами), выбор оптимальной CMS. Основные этапы создания сайта: постановка цели, разработка ТЗ, прототипирование, создание макета, верстка, программирование, наполнение контентом, тестирование, запуск. Практикум по разработке сайта в CMS-конструкторе. Виды сайтов и мобильных приложений. Интеграция сайта и аналитики с другими сервисами (телефония, CRM, e-mail мессенджер маркетинг и пр.), отчеты. Основы web-аналитики, ключевые показатели для отслеживания. Обзор основных сервисов: Google Analytics, Яндекс Метрика, Liveinternet. Web-аналитика: настройка целей. Usability сайтов и приложений. Основы UX-дизайна, проектирование взаимодействия системы с пользователем. Аудит юзабилити. Основы поисковой оптимизации (SEO): принципы работы поисковых систем, факторы ранжирования сайтов. Структура сайта. Семантическое ядро. Аудит сайта, оптимизация и подготовка к продвижению. SERM: управление онлайн-репутацией с помощью SEO.

*3. Ключевые технологии онлайн-продвижения: контент-маркетинг, SMM, интернет-реклама, директ-маркетинг.*

Введение в SMM, основные понятия. Обзор основных социальных сетей и их особенностей: Vkontakte, Facebook, YouTube, Одноклассники, Tiktok. Оформление аккаунтов в разных соцсетях. Актуальные тенденции в дизайне. Обзор специализированных сервисов для создания визуального контента. Формирование контент-плана публикаций. Специфика контент-планирования для основной ленты и исчезающих историй. Обзор специализированных сервисов отложенных публикаций. Комьюнити-менеджмент: формирование сообщества в социальных сетях, взаимодействие с подписчиками. Работа с негативом. Обзор бесплатных и платных методов продвижения в социальных сетях. Работа с лидерами мнений, биржи блогеров. Ключевые метрики

эффективности SMM, специализированные сервисы аналитики для соцсетей. Стратегии и типы рекламных кампаний. Медиапланирование. Бюджетирование. Контекстная реклама: особенности, виды, основные понятия. Яндекс Директ и РСЯ, КМС. Принципы создания рекламных кампаний и оценки их эффективности. СРА-сети и партнерский маркетинг. СРА сети и Programmatic платформы: основы и планирование. Медийная реклама и реклама у блогеров. Работа с лидерами мнений, биржи блогеров. Оценка эффективности. Таргетированная реклама: основные понятия и принципы. Таргетинг в Telegram, Вконтакте, MyTarget. Тренды в рекламных креативах, постановка задач дизайнеру. Оценка эффективности рекламы. Контент-маркетинг: виды и форматы контента, каналы распространения. Виральный контент. Создание визуального контента: фото, видео, графика, AR и VR-технологии. Создание текстового контента: основы копирайтинга. Контент-планирование: способы и инструменты. Анализ эффективности. E-mail-маркетинг и мессенджер-маркетинг. Сбор и сегментация базы. Сервисы для автоматизации работы с рассылками. Показатели эффективности. Виды рассылок и принципы создания цепочек писем. Реанимация базы. Инновационные рекламные решения в цифровой среде. Инфотейнмент и его виды в маркетинге. Технологии геймификации в работе с потребителями.

#### *4. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга*

KPI (ключевые показатели эффективности) интернет-маркетинга, их взаимное влияние. Подходы к повышению эффективности digital-маркетинга. Оптимизация бюджета. Организация маркетинговой деятельности в компании. Взаимодействие с подрядчиками: агентствами, фрилансерами. Отбор, постановка задач, контроль, оценка эффективности. Аудит маркетинга в организации.

#### *5. Цифровая трансформация в государственном и муниципальном управлении*

### **8. Формы контроля**

Итоговая аттестация: экзамен в форме тестирования

### **9. Основная литература**

1. Жильцова О. Н. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>

2. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство [Текст] / С. Кингснорт. — М.: Олимп-Бизнес, 2019. — 416 с.

3. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469320>