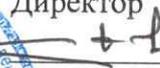


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 07.03.2023 18:00:01
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ



Директор

А.Д. Хлутков
14 «июня» 2022 г.

УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом СЗИУ РАНХиГС
Протокол от «12» апреля 2022г. № 10

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
профессиональной переподготовки
«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ»

Санкт-Петербург, 2022

Разработчик Учебно-консультационный центр управления государственными, муниципальными и регламентированными закупками

Согласовано с Комитетом по труду занятости населения Санкт-Петербурга (Письмо №01-15-925/2201 от 26.01.2022г)

Руководитель структурного подразделения
канд. экон. наук, директор УКЦ УГМРЗ
(ученая степень и (или) ученое звание, должность, структурное подразделение)



(подпись)

А.Ю. Кулев
(И.О. Фамилия)

Дополнительная профессиональная программа рассмотрена и одобрена на заседании совета ФДПО «26» ноября 2021 г., протокол №4.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика программы.....	4
1.1. Цель и задачи реализации.....	4
1.2. Нормативная правовая база.....	4
1.3. Характеристика нового вида профессиональной деятельности.....	6
1.4. Планируемые результаты обучения	6
1.5. Категория слушателей	7
1.6. Форма обучения и срок освоения.....	7
1.7. Период обучения, режим занятий.....	7
1.8. Документ о квалификации.....	8
2. Содержание программы профессиональной переподготовки	8
2.1. Календарный учебный график	8
2.2. Учебный план.....	9
3. Организационно-педагогическое обеспечение программы.....	15

Приложение 1. Рабочие программы дисциплин

Приложение 2. Программа итоговой аттестации

Приложение 3. Рецензии (внешняя и внутренняя)

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель и задачи реализации

Цель дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Интернет-маркетинг: цифровые технологии в продвижении» - приобретение знаний, умений и навыков, необходимых для получения новых компетенции для осуществления профессиональной деятельности в сфере цифровых технологий.

Для достижения поставленной цели реализуются следующие **задачи**:

- изучение особенностей, методов и инструментов интернет-маркетинга;
- ознакомление с современными тенденциями в развитии теоретических основ и практики интернет-маркетинга, включая маркетинг взаимодействия и партнерских отношений, маркетинг, ориентированный на стоимость, разработку и использование моделей ценности товаров и услуг, использование IT-технологий в маркетинговой деятельности;
- формирование умений, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области интернет-маркетинга, при разработке маркетинговых планов и проектов.

Программа разработана в рамках федерального проекта «Содействие занятости» национального проекта «Демография» по дополнительному профессиональному образованию, реализация программы организована для отдельных категорий граждан:

- 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-х лет;
- в) женщины, не состоящие в трудовых отношениях и имеющие детей дошкольного возраста в возрасте от 0 до 7 лет включительно;
- г) молодежь в возрасте до 35 лет включительно, относящаяся к категориям:
 - граждан, которые с даты окончания военной службы по призыву не являются занятыми в соответствии с законодательством о занятости населения в течение 4 месяцев и более;
 - граждан, которые с даты выдачи им документа об образовании (квалификации) не являются занятыми в соответствии с законодательством о занятости населения в течение 4 месяцев и более;
 - граждан, находящихся под риском увольнения (планируемых к увольнению в связи с ликвидацией организации либо сокращением штата или численности работников организации);
 - граждан, завершающих обучение по образовательным программам среднего профессионального или высшего образования в текущем календарном году, обратившихся в органы службы занятости, для которых отсутствует подходящая работа по полученной профессии (специальности).

1.2. Нормативная правовая база

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Интернет-маркетинг: цифровые технологии в продвижении» разработана учебно-консультационным центром управления государственными, муниципальными и регламентированными закупками на основании ряда законов и нормативных правовых актов в области дополнительного профессионального образования, в т.ч:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" (последняя редакция);

2. Постановление Правительства РФ от 12.05.2012 N 473 (ред. от 16.09.2021) "Об утверждении устава федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации";

3. Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 N 499 (ред. от 15.11.2013) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам" (Зарегистрировано в Минюсте России 20.08.2013 N 29444);

4. Указ Президента РФ от 21.02.2019 № 68 "О профессиональном развитии государственных гражданских служащих Российской Федерации";

5. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 мая 2019 г. N 618 Об Утверждении положения о прохождении служебной стажировки государственными гражданскими служащими Российской Федерации;

6. Приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 N 1016 (ред. от 26.11.2020) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление" (Зарегистрировано в Минюсте России 27.08.2020 N 59497);

7. Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 N 531 (ред. от 08.02.2021) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 N 47237) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021);

8. Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635);

9. Приказ Министерства образования науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 (зарегистрирован Минюстом России 18.09.2017, регистрационный № 48226). «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ;

10. Приказ РАНХиГС от 22 сентября 2017 года №01-6230 «Об утверждении Положения о применении в Академии электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

11. Приказ РАНХиГС «Об утверждении локальных нормативных актов РАНХиГС по дополнительному профессиональному образованию» №02-461 от 19 апреля 2019 года;

12. Приказ РАНХиГС от 13 августа 2021 года №02-835, утверждение «Порядка разработки и утверждения в РАНХиГС дополнительных профессиональных программ – программ повышения квалификации, программ профессиональной переподготовки».

Нормативные документы, определяющие требования к выпускнику программы:

1. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД2) ОК 029-2014 (Приказ Росстандарта от 10.11.2015 № 1745-ст);

2. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, Раздел I Межотраслевые квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях (Постановление Минтруда РФ от 21.08.1998 № 37).

При разработке программы были использованы методические рекомендации:

1. «Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов» (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн).

2. Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.04.2014 года № 06-381.

3. Министерство образования и науки Российской Федерации Письмо от 30 марта 2015 г. N АК-821/06 «О направлении методических рекомендаций по итоговой аттестации слушателей».

1.3. Характеристика нового вида профессиональной деятельности

Наименование вида профессиональной деятельности: разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Основная цель вида профессиональной деятельности: повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использование веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей.

1.4. Планируемые результаты обучения

Таблица 2

Планируемые результаты освоения

Виды деятельности	Общепрофессиональные компетенции ОПК (совершенствуются), трудовые функции ПСК (формируются)
Профессионально-творческая и проектно-творческая	ОПК-1 ¹ Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-4 ¹ Способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
	ОПК-6 ¹ Способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
	ОПК-7 ¹ Способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПСК-1 ² Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем

¹ Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 N 531 (ред. от 08.02.2021) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 N 47237) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021)

² Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635);

Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПСК-2¹ Составление контекстно-медийного плана продвижения
Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПСК-3¹ Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта
	ПСК-4¹ Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ПСК-5¹ Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта
Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПСК-6¹ Разработка стратегии продвижения в социальных медиа
Стратегическое планирование интернет-кампаний	ПСК-7¹ Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПСК-8¹ Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
УК – универсальные компетенции (совершенствуются)	
Код и наименование компетенции	
УК-1² Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
УК-2² Способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	

1.5. Категория слушателей

Требования к слушателям программы:

к освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

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

1.6. Форма обучения и срок освоения

Форма обучения: очная, с применением электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Срок освоения (в час.) – 256 акад. ч., в т.ч.:

контактная работа – 8 акад. ч.;

с применением ЭО и ДОТ- 246 акад. ч.

итоговая аттестация с применением ЭО – 2 акад. ч.

¹ Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635);

² Приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 N 1016 (ред. от 26.11.2020) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление" (Зарегистрировано в Минюсте России 27.08.2020 N 59497)

1.7. Период обучения, режим занятий

Продолжительность обучения – 6 недель и 2 дня.

Режим занятий – 5 дней в неделю, не более 8 акад. ч. в день, время проведения занятий: 9:30-16:40.

1.8. Документ о квалификации

Диплом о профессиональной переподготовке федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

2. Содержание программы профессиональной переподготовки

2.1. Календарный учебный график

Таблица 3

Календарный учебный график

Период обучения 6 недель и 2 дня						
1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя	6 неделя	2 дня
УЗ, УЗ ДОТ	УЗ ДОТ, ПА ЭО	УЗ ДОТ, ПА ЭО	УЗ ДОТ, ПА ЭО	УЗ ДОТ, ПА ЭО	УЗ ДОТ, ПА ЭО	УЗ ДОТ, ПА ЭО, ИА

УЗ - учебные занятия;

ДОТ –с применением дистанционных образовательных технологий;

ЭО – с применением электронного обучения;

ПА – промежуточная аттестация;

ИА – итоговая аттестация.

2.2. Учебный план

Таблица 4

Учебный план - 1

№ п/п	Наименование дисциплины	Общая трудоемкость, час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения), час.					Самостоятельная работа, час	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация (форма/час.) ¹	Итоговая аттестация	Код компетенции
			Всего	В форме практической подготовки	В том числе				Всего	В том числе								
					Лекции/ в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) в интерактивной	Практические (семинарские) занятия/ в интерактивной форме			В форме практической подготовки	Лекции/ в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия/ в интерактивной форме					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1.	Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии	44	8		8				36		36					Э (Д)		ОП К-1,4
2.	Каналы продвижения и инструменты в цифровом-маркетинге.	50							50		50					Э (Д)		ОП К-1,6

¹ Промежуточная аттестация. З - зачет; Э – экзамен; Д (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

	Web-аналитика и usability. Поисковая оптимизация (SEO)																	ПС К-8	
3.	Реклама и продвижение	50						50		50								Э (Д)	ОП К-1,4 ПС К-3,5 УК-1.7
4.	Маркетинг в социальных сетях (Содержание SMM)	36						36		18			18					Э (Д)	ОП К-1,4, 6 ПС К-2,4
5.	Основы создания веб-сайта компании	34						34		16			18					3 (Д)	ОП К-1,4, 6 ПС К-1
6.	Особенности разработки плана интернет-маркетинга организации	20						20		10			10					3 (Д)	ОП К-4,6 ПС К-6
7.	Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга	20						20		8			12					3 (Д)	ОП К-4,7 ПС К-7
	Итого:	254	8					246		188			58						
	Итоговая аттестация	2																Э (Д)	

Учебный план - 2

№ п/п	Наименование дисциплины	Общая трудоемкость, час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения), час.					Самостоятельная работа, час	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация (форма/час.) ¹	Итоговая аттестация	Код компетенции
			Всего	В форме практической подготовки	В том числе				Всего	В том числе								
					Лекции/ в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) в интерактивной	Практические (семинарские) занятия/ в интерактивной форме			В форме практической подготовки	Лекции/ в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия/ в интерактивной форме					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1.	Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии	44							44		44					Э (Д)		ОП К-1,4

¹ Промежуточная аттестация. З - зачет; Э - экзамен; Т (традиционная форма проведения), Д (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

2.	Каналы продвижения и инструменты в цифровом-маркетинге. Web-аналитика и usability. Поисковая оптимизация (SEO)	50							50		50					Э (Д)		ОП К-1,6 ПС К-8
3.	Реклама и продвижение	50							50		50					Э (Д)		ОП К - 1,4 ПС К- 3,5 УК- 1.7
4.	Маркетинг в социальных сетях (Содержание SMM)	36							36		18		18			Э (Д)		ОП К- 1,4, 6 ПС К- 2,4
5.	Основы создания web-сайта компании	34							34		16		18			3 (Д)		ОП К- 1,4, 6 ПС К-1
6.	Особенности разработки плана интернет-маркетинга организации	20							20		10		10			3 (Д)		ОП К- 4,6 ПС К-6
7.	Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга	2							2				2			3 (Д)		ОП К- 4,7

																		ПС К-7
8.	Цифровая трансформация в государственном и муниципальном управлении	18											18		3(Д)			УК-1
	Итого:	254						236		188		48	18					
	Итоговая аттестация	2															Э (Д) 2	
	Всего:	256						236		188		48	18				2	

3. Организационно-педагогическое обеспечение программы

Таблица 6

Сведения о профессорско-преподавательском составе и ведущих специалистах

Ф.И.О. Преподавателя	Специальность, присвоения квалификация по диплому	Дополнительные квалификации	Место работы, должность, основное/ дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности/ по дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой дисциплины
						Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Шеметев Александр Александрович	Уральская государственная сельскохозяйственная академия: Финансовый менеджмент. Финансы и кредит. Уральский государственный университет имени А.М. Горького (с 2010 - Уральский Федеральный университет): Переводчик с английского языка. Лингвистика. Уральский государственный	<i>Профессиональная переподготовка:</i> Cross-Cultural Management, University of Helsinki, University of Tampere, RANEPА certified, 25.05.2017 <i>Профессиональная переподготовка:</i> Руководитель цифровой трансформации, РАНХиГС г. Москва, 26.05.2019 г. <i>Профессиональная переподготовка:</i> Introduction to R, DataCamp, 05.09.2019	СЗИУ РАНХиГС, доцент кафедры государственного и муниципального управления	Канд. экон. наук	11	10	10	Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии. Каналы продвижения и инструменты в цифровом-маркетинге. Web-аналитика и usability. Поисковая оптимизация (SEO).

	<p>университет имени А.М. Горького (с 2010 - Уральский Федеральный университет): Антикризисное управление. Менеджмент Академия CISCO (США): ИТ-технологии. Системное администрирование Уральский государственный университет имени А.М. Горького (с 2010 - Уральский Федеральный университет): Переводчик с немецкого языка. Лингвистика)</p>	<p><i>Профессиональная переподготовка:</i> Data Science, Jihn Hopkins University (verified by Coursera), 16.10.2020 <i>Повышение квалификации:</i> «Mastering Software Development in R Capstone», октябрь 2020 г. <i>Повышение квалификации:</i> «Moodle Teaching Basics», январь 2022 г.</p>						
<p>Чередов Игнатий Геннадьевич</p>	<p>Санкт-Петербургский государственный университет, факультет политологии, политология. СПбГУ, факультет политологии докторнатура.</p>	<p><i>Профессиональная переподготовка:</i> «Реклама и связи с общественностью», СПбУТУиЭ, 2018 г. <i>Курсы:</i> «Интернет-маркетолог за 80 дней», Агентство интернет маркетинга Convert Monster, 2017 г.</p>	<p>Руководитель отдела маркетинга образовательного центра «Advance», Интернет маркетолог, руководитель программ</p>	<p>Канд. полит. наук</p>	<p>7</p>	<p>14</p>	<p>14</p>	<p>Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии. Реклама и продвижение. Оценка эффективности и результативности</p>

		«Кафедра контента: контент-маркетинг в социальных сетях», Алекс Волков, SMM Маяк, 2017 г. «Системный YouTube. Тренинг о видеомаркетинге для бизнеса», Интернет маркетинг от А до Я, 2018 г. «Реклама ВКонтакте на пользователей с доходом от 100 тыс. р. в месяц», Алекс Волков, SMM Маяк, 2018 г.	курсов повышения квалификации и переподготовки в образовательном учреждении «Нетфактория», доцент СПбГУ (по совместительству)					цифрового маркетинга
Хоролец Никита Александрович	Менеджмент (бакалавриат) Управление цифровым бизнесом (магистратура)	-	СЗИУ РАНХиГС - преподаватель ГК БАФРА - помощник генерального директора, IT-специалист, консультант по налогообложению, разработчик сайтов ФРРКИ "Арт-	-	5	1	1	Основы создания web-сайта компании. Маркетинг в социальных сетях (Содержание SMM).

			Молодость" - комиссар фонда, гр- специалист, NFT консультант , организатор выставочны х мероприяти й					
Сюндюков Никита Кириллович	ФГБОУ «Санкт- Петербургский государственный университет», специальность: «Экономическая социология», квалификация: «Бакалавр социологии». СЗИУ РАНХиГС специа льность: «Государственное и муниципальное управление», квалификация: «Магистр государственного и муниципального управления».	-	СЗИУ РАНХиГС (ст. преподавате ль), РХГА (ст. преподавате ль)	-	4	4	4	Основы создания web-сайта компании. Маркетинг в социальных сетях (Содержание SMM)

Навроцкая Татьяна Геннадьевна	Ленинградский Финансово- экономический институт им. Н.А.Вознесенского (ФИНЭК) Специальность – планирование народного хозяйства, квалификация - экономист	<i>Повышение квалификации:</i> «Управление государственными и муниципальными закупками» РАНХиГС, г. Москва, 2014 г. «Активные и интерактивные образовательные технологии. Организация учебного процесса с использованием технологий электронного обучения по смешанной модели (на основе LMS Moodle)» РАНХиГС г. Москва, 29.05.2019	СЗИУ РАНХиГС, доцент кафедры менеджмент а ФЭФ	Канд. экон. наук, доцент	40	40	40	Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии
-------------------------------------	---	---	--	--------------------------------	----	----	----	--