

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
к.с.н., доцент  И.Г. Малинский  
«10»  2022 г.



Дополнительная профессиональная программа  
повышения квалификации  
**Интернет-маркетинг**

**Авторы и составители программы:**

1. Булгакова Г.В., к.э.н., заместитель руководителя центра профессионального развития и бизнес-стратегий ИДПО СГУ.
2. Манчарова Н.З., специалист по учебно-методической работе центра профессионального развития и бизнес-стратегий ИДПО СГУ.

# 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»;

приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «О утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».

Приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 970 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Программа разработана на основе профессионального(ых) стандарта(ов) (квалификационных требований): профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04.08.2014 № 535н).

## 1.2. Область применения программы

Настоящая программа направлена на совершенствование профессиональных компетенций, необходимых для выполнения организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности

**1.3. Требования к слушателям (категории слушателей)** лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

## 1.4. Цель и планируемые результаты освоения программы

**Программа направлена на освоение (совершенствование) следующих профессиональных компетенций по видам профессиональной деятельности**

Программа направлена на совершенствование следующих профессиональных компетенций по видам профессиональной деятельности

Виды деятельности*	Профессиональные компетенции	Практический опыт (навыки)	Умения	Знания
1	2	3	4	5
ВД 1. Организационно-управленческая деятельность	способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5) владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии органи-	тенденция-ми и перспективами развития интернет-маркетинга в России за рубежом процессами планирования программ интернет-маркетинга	осуществлять поиск и анализ информации в Интернете для информационного обеспечения и оценки деятельности электронного предприятия	термины, понятия и суть основных проблем, рассматриваемых в курсе, предметную область интернет-маркетинга, способы и методы организации интернет-

	защиты, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3)			маркетинга
ВД 2. Информационно-аналитическая деятельность	владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10)	особенностями проведения рекламных кампаний в сети Интернет, основными инструментами интернет-маркетинга	применять современные информационные технологии и инновационные подходы при разработке систем, объектов, процессов и технологий интернет-маркетинга	технологии осуществления маркетинговых кампаний посредством сети Интернет, историю развития интернет-бизнеса
ВД 3. Предпринимательская деятельность	умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)	способами управления трафиком посетителей веб-сайта; Методами оценки эффективности маркетинговой деятельности организации в интернете	разрабатывать программу продвижения организации, ее товаров и услуг в интернете	основы проектирования, создания веб-сайта организации; методы и приемы интернет-маркетинга, применяемые современными компаниями
	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17)			

*\*Вид деятельности определяется профессиональным стандартом, ПК – ФГОС СПО или ФГОС ВО.*

Цель программы формирование теоретических знаний и практических навыков в области логистического менеджмента для контроля ключевых показателей эффективности в коммерческой сфере и при разработке стратегии в области логистического менеджмента и деятельности по перевозкам грузов в цепи поставок.

**Программа направлена на освоение следующих общепрофессиональных компетенций (ОПК) и (или) общих (общекультурных) компетенций (ОК) или универсальных компетенций (УК)<sup>1</sup>(при наличии):**

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);

<sup>1</sup> Здесь и далее тот или иной термин используется по выбору разработчика.

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

**Обучающийся в результате освоения программы должен иметь практический опыт:**

- разработки стратегии интернет-маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии;
- создания системы анализа эффективности проводимых мероприятий в интернет-маркетинге.

**уметь:**

- выстраивать отношения с подрядчиками услуг по интернет-маркетингу;
- настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики.

**знать:**

- типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов интернет-маркетинга;
- виды и особенности применения различных инструментов интернет-маркетинга;
- методы прогнозирования спроса на рассматриваемую продукцию при помощи систем анализа спроса в интернете;
- методы анализа эффективности и аналитики инструментов интернет-рекламы;
- этапы работ при реализации маркетинговых задач в цифровой среде.

**1.5. Форма обучения** – очная, с применением электронного обучения и/или ДОТ

**Режим занятий:** 8 часов в день.

**1.6. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы** - удостоверение о повышении квалификации

## 1.УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Таблица 1

№ п/п	Наименование модулей/дисциплин, разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма промежуточной / итоговой аттестации
			Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные работы, выездные занятия, стажировка)	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Интернет-маркетинг. Электронная коммерция.	16	4	6	6	
2.	Основы SEO-менеджмента	28	6	12	10	
3.	Контекстная реклама как фактор продвижения	28	6	12	10	
4.	SMM-технологии: методы, каналы, инструменты	22	6	8	8	
5.	Таргетированная реклама	24	8	10	6	
6.	Айдентика (Брэнддинг, Построение имиджа компании)	14	0	10	4	
7.	Стажировка	10	0	10	0	Отчет
	<b>Итоговая аттестация:</b>	2	0	2	0	<b>Защита ИАР</b>
	<b>Итого:</b>	<b>144</b>	<b>30</b>	<b>70</b>	<b>44</b>	-

## 2. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Таблица 2

Дата проведения занятий (неделя обучения)	Модуль	Тема
1 неделя	Интернет-маркетинг. Электронная коммерция.	Понятие и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации. Основные понятия и рекомендации по увеличению релевантности веб-курса. Создание оптимизированного контента сайта, разработка текстов ссылок и описаний. Повышение индекса цитирования.
1-2 неделя	Основы SEO-менеджмента	Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.
	Контекстная реклама как фактор продвижения	Виды контекстной рекламы. Поисковая контекстная реклама. Реклама в сетях. Особенности Яндекс.Директа и Google Ads. Стоимость контекстной рекламы. Преимущества контекстной рекламы. Механизм настройки контекстной рекламы. Современное состояние рынка контекстной рекламы
2-3 неделя	SMM-технологии: методы, каналы, инструменты	Контент-маркетинг. Управление сообществом. Работа с блогерами. Активации в играх социальных сетей. Виджеты. Круговое продвижение. Конкурсы, как инструменты SMM. Кросс-промо. Хэштеги. Поисковая оптимизация внутри социальных сетей. Социальный бейдж сайта или сниппет
	Таргетированная реклама	Особенности таргетированной рекламы в социальных сетях. Стоимость таргетированной рекламы. Преимущества таргетированной рекламы. Недостатки таргетированной рекламы. Механизм настройки таргетированной рекламы в социальных сетях.
3-4 неделя	Айдентика (Брэндинг, Построение имиджа компании)	Товарный брендинг. Разработка фирменного стиля организации. Персональный брендинг. Процесс формирования корпоративного имиджа
4-5 неделя	Стажировка	Отчет по стажировке
5 неделя	<i>Итоговая аттестация</i>	Защита ИАР