

Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Современный центр подготовки кадров»
(АНО ДПО «СЦПК»)


УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ДПО «СЦПК» С.С. Борисов
«09» января 2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
«Цифровой маркетинг»**

Магнитогорск, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ	4
ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	5
УЧЕБНЫЙ ПЛАН	8
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	9
СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	10
КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ПОРЯДОК КОНТРОЛЯ.....	15
ФОРМА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ И ТРЕБОВАНИЯ К НЕЙ.....	27
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ	28
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА ДЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ.....	30

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа профессиональной переподготовки «Цифровой маркетинг» (далее – Программа) с присвоением квалификации «специалист по интернет-маркетингу» направлена на овладение слушателями новыми компетенциями, трудовыми функциями, умениями и навыками, необходимыми для разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Программа позволяет слушателям овладеть необходимыми компетенциями в области интернет-маркетинга, повышения посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей.

Программа предназначена для профессиональной переподготовки руководителей служб по сбыту и маркетингу, специалистов по рекламе и маркетингу, специалистов-техников по Web, служащих по обработке статистической, финансовой и страховой информации и ведению расчетов, а также граждан, желающих получить дополнительную квалификацию.

Программа профессиональной переподготовки представляет собой комплекс основных характеристик образования (цели, задачи, объем, содержание, формы аттестации), который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебно-тематического плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин, оценочных средств, методических материалов и иных компонентов.

Программа разработана с учетом требований следующих нормативных документов:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 №499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019г. N 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»;
- Устав автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Современный центр подготовки кадров», утвержденного Решением единственного учредителя от 06 июня 2017г. № 01.

По окончании обучения слушателям выдается диплом о профессиональной переподготовке установленного образца по программе «Цифровой маркетинг» с присвоением квалификации «специалист по интернет-маркетингу», дающий право ведения профессиональной деятельности в сфере «Экономика и управление».

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Цель программы - формирование профессиональных компетенций специалиста по интернет-маркетингу.

Задачи освоения программы:

- изучить современные тенденции интернет-маркетинга и функции интернет-маркетологов;
- изучить методологию разработки и создание сайтов, SEO-оптимизация и поисковый маркетинг (юзабилити, элементы конверсионного сайта, семантическое ядро, лендинги, сценарии поведения посетителей на сайте и др.);
- сформировать компетенции в области web-аналитики, владения инструментами SMM, email-маркетинга, мобильного маркетинга, медиапланирования;
- проанализировать особенности контента и копирайтинга разных каналов интернет-маркетинга;
- изучить формы и методы исследования целевой аудитории разных каналов интернет-маркетинга;
- освоить особенности интернет-рекламы (Яндекс.Директ, Google.Adwords, РСЯ, КМС) и проведения рекламных интернет-кампаний;
- особенности организации эффективной работы с подрядчиками.

К освоению программы профессиональной переподготовки допускаются:

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

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе составляет 500 часов, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

Форма обучения:

- очная;
- заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Режим занятий:

- при очной форме обучения учебная нагрузка устанавливается 6-8 академических часов в день (1 академический час равен 45 минутам);
- при заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий учебная нагрузка устанавливается самостоятельно.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

а) Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу, включает разработку и реализацию стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

б) Целью профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу, является: повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей.

Выпускник в результате освоения программы должен овладеть следующими трудовыми функциями:

а) обобщенная трудовая функция «Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта;
- проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем;
- проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

б) обобщенная трудовая функция «Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- составление контекстно-медийного плана продвижения;
- размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы;
- управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт.

в) обобщенная трудовая функция Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта;
- управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

г) обобщенная трудовая функция «Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- проведение аудита веб-сайта;
- проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- разработка стратегии поискового продвижения;
- организация коррекции ошибок в работе веб-сайта;
- оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта;
- составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

д) обобщенная трудовая функция «Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов;
- разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании;

- составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
 - е) обобщенная трудовая функция «Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
 - проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов;
 - разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ;
 - составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
 - ж) обобщенная трудовая функция «Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
 - проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация;
 - составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
 - з) обобщенная трудовая функция «Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
 - проведение аналитических работ по изучению конкурентов;
 - разработка стратегии продвижения в социальных медиа;
 - составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа;
 - привлечение пользователей в интернет-сообщество;
 - проведение рекламных кампаний в социальных медиа;
 - составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
 - и) обобщенная трудовая функция «Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
 - исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
 - к) обобщенная трудовая функция «Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
 - подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - анализ трафика на веб-сайт
 - л) обобщенная трудовая функция «Управление реализацией стратегии интернет-продвижения»:
 - проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - организация и проведение электронных рассылок;
 - корректировка стратегии продвижения;

- составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
- м) обобщенная трудовая функция «Стратегическое планирование интернет-кампаний»:
 - проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
- н) обобщенная трудовая функция Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
 - разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу;
 - формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу;
 - управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы.