

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 31.10.2023 14:10:29

Уникальный программный ключ: Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464d1b57354f736d76c8f8bca882b8d602 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский университет

«Московский институт электронной техники»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УР



И.Г. Игнатова

2021

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Москва – 2021

1. Цель реализации программы

Цель программы – совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области продвижения товаров и услуг в интернете, формирование способности применять инструменты интернет-маркетинга на практике.

2. Характеристика профессиональной деятельности и (или) квалификации

Область профессиональной деятельности:

финансы и экономика

Вид экономической деятельности:

торговля оптовая и розничная

Укрупненная группа специальностей: 38.00.00 Экономика и управление

Квалификация: отсутствует

3. Требования к результатам обучения

Формируемая профессиональная компетенция – способность разрабатывать и реализовывать стратегию продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в сети интернет.

Формируемая компетенция соответствует профессиональному стандарту 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

В результате освоения данной программы слушатель должен:

знать: инструменты интернет-маркетинга и требования к сайту компании;

уметь: разрабатывать маркетинговую стратегию и создавать рекламные кампании в интернете;

иметь практический опыт: подбора каналов, использования инструментов и формирования системы показателей эффективности продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в интернет.

3. Содержание программы

**Учебный план
программы повышения квалификации
«Интернет-маркетинг»**

Категория слушателей – менеджеры, маркетологи, профильные специалисты.

Срок обучения – 72 часа.

Формы обучения: очная, очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий.

№ п/ п	Наименование разделов / модулей	Всего, час	В том числе			Образова- тельные технологии, в том числе ЭО и (или) ДОТ
			Аудиторных		Самост оательн ая работа	
			Лекции	Практичес кие и лаборатор ные занятия		
1.	Введение в интернет-маркетинг	18	4	6	8	ДОТ
2.	Инструменты интернет-маркетинга	38	12	12	14	ДОТ
3.	Аналитика и анализ результатов в интернет-маркетинге	14	4	6	4	ДОТ
	Консультации	-	-	-	-	ДОТ
	Итоговая аттестация (тестирование)	2				ДОТ
	Всего	72	20	24	26	

**Учебно-тематический план
программы повышения квалификации
«Интернет-маркетинг»**

№ п/п	Наименование тем разделов / модулей	Всего, час	В том числе			Образова- тельные технологи и, в том числе ЭО и (или) ДОТ
			Аудиторных		Самост оательн ая работа	
			Лекции	Практичес кие и лаборатор ные занятия		
1.	Введение в интернет– маркетинг.	18	4	6	8	
1.1	Интернет-маркетинг: история, термины, инструменты	8	2	2	4	ДОТ
1.2	Стратегия и планирование в интернет-маркетинге	10	2	4	4	ДОТ
2	Инструменты интернет- маркетинга.	38	12	12	14	
2.1.	Сайт компании: основные понятия и термины, содержание сайта, аудит сайта. Создание лэндинга	6	2	2	2	ДОТ
2.2	Поисковая оптимизация (SEO). Сервис Яндекс Вебмастер	6	2	2	2	ДОТ
2.3	Контекстная реклама. Создание рекламной кампании в Яндекс Директ, Гугл Реклама.	7	2	2	3	ДОТ
2.4	Маркетинг в социальных сетях. Продвижение во «ВКонтакте». Продвижение в Facebook. Продвижение в Instagram.	7	2	2	3	ДОТ
2.5	Продвижение в Яндекс Дзен. Видеореклама.	6	2	2	2	ДОТ

2.6	Инструменты поддержки лояльности: CRM-маркетинг, e-mail маркетинг.	6	2	2	2	ДОТ
3	Аналитика и анализ результатов в интернет-маркетинге	14	4	6	4	
3.1	Ключевые показатели эффективности (KPI). Анализ эффективности рекламной кампании. Основные системы аналитики. Яндекс Метрика.	7	2	3	2	ДОТ
3.2	Основные системы аналитики. Google Analytics.	7	2	3	2	ДОТ
Консультации		-	-	-	-	ДОТ
Итоговая аттестация (тестирование)		2				ДОТ
Всего		72	20	24	26	

Календарный учебный график

Календарный учебный график составляется в форме расписания занятий при наборе группы и прилагается к программе повышения квалификации.

**Учебная программа
повышения квалификации
«Интернет-маркетинг»**

Раздел 1. Введение в интернет-маркетинг (18 часов).

Тема 1.1. Интернет-маркетинг: история, термины, инструменты.

Введение в интернет-маркетинг. История интернет-маркетинга. Основные термины интернет-маркетинга. Инструменты ИМ: контекстная реклама, медийная реклама, поисковая оптимизация (SEO), социальные сети (SMM), e-mail маркетинг, видео-реклама.

Тема 1.2. Стратегия и планирование в интернет-маркетинге.

Стратегия интернет-маркетинга. Планирование в интернет-маркетинге. Цели, задачи, уникальное торговое предложение, анализ целевой аудитории, анализ конкурентов, выбор каналов, оценка результатов.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во часов
1.1.	Освоение основных понятий и терминов интернет-маркетинга	2
1.2.	Кейсы по разработке стратегии интернет-маркетинга. Методы сегментирования ЦА.	4

Раздел 2. Инструменты интернет-маркетинга (38 часов).

Тема 2.1. Сайт компании: основные понятия и термины, содержание сайта, аудит сайта. Создание лендинга.

Сайт компании: основные термины, виды сайтов, требования к содержанию сайта, аудит сайта. Понятие юзабилити. Создание продающего лендинга.

Тема 2.2. Поисковая оптимизация (SEO). Сервис Яндекс Вебмастер.

Требования к сайту с точки зрения поиска. А/Б тестирование на сайте. Яндекс Вебмастер, основные функции. Настройка представления сайта в результатах поиска.

Тема 2.3. Контекстная реклама. Создание рекламной кампании в Яндекс Директ, Гугл Реклама.

Контекстная реклама. Основные термины. Рекламные системы Яндекс Директ, Гугл Реклама – описание, основные принципы. Контекстная реклама на поиске, в рекламной сети. Правила создания успешной рекламной кампании (сервисы подбора слов и прогноза бюджета, настройки, ключевые слова, объявления, модерация).

Тема 2.4. Маркетинг в социальных сетях. Продвижение во «ВКонтакте». Продвижение в Facebook. Продвижение в Instagram.

Задачи SMM. Стратегия, основные шаги для запуска рекламной кампании. Особенности продвижения в различных соц. сетях: «ВКонтакте», Facebook, Instagram.

Тема 2.5. Продвижение в Яндекс Дзен. Видеореклама.

Основы работы с Яндекс Дзен. Преимущества продвижения в Яндекс Дзен. Видеореклама в Youtube: форматы, создание канала, настройка рекламной кампании. Видеореклама в Яндексе: форматы, места размещения.

Тема 2.6. Инструменты поддержки лояльности: CRM-маркетинг, e-mail маркетинг.

Задачи CRM-маркетинга. E-mail маркетинг: как настроить эффективную рассылку.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во часов
2.1.	Модель продающего лендинга	2
2.2.	Требования к сайту с точки зрения поиска	2
2.3.	Создание рекламной контекстной рекламной кампании. Параметры кампании, ключевые слова, объявления.	2

2.4.	Кейсы по продвижению в «В Контакте», в «Фейсбук»	2
2.5.	Кейсы по продвижению в Яндекс Дзен, рекламе в YouTube	2
2.6.	Контент-план. Структура письма по AIDA. Продающие рассылки	2

Раздел 3. Аналитика и анализ результатов в интернет-маркетинге (14 часов).

Тема 3.1. Ключевые показатели эффективности (KPI). Анализ эффективности рекламной кампании. Основные системы аналитики. Яндекс Метрика.

Анализ эффективности рекламной кампании. Ключевые показатели эффективности (KPI). Что влияет на выбор KPI. Яндекс Метрика: базовые понятия, обзор интерфейса, основные отчеты.

Тема 3.2. Основные системы аналитики. Google Analytics.

Введение в Google Analytics. Интерфейс, основные отчеты.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во часов
3.1.	Ознакомление с Яндекс Метрикой. Основные отчеты, возможности аналитики.	3
3.2.	Ознакомление с Google Analytics. Основные отчеты, возможности аналитики.	3

4. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий кабинетов, лабораторий	Вид занятия	Наименование оборудования, программного обеспечения
Мультимедийная аудитория	Лекции, практические занятия	Оборудование: компьютер, мультимедийный проектор, доска ПО: Microsoft Power Point, Word; Adobe Reader

5. Учебно-методическое обеспечение программы

Литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6762-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/389665> (дата обращения: 20.01.2021)
2. Юрасов А.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] / А.В. Юрасов, А.В. Иванов; Под ред. А.В. Юрасова. - М. : Горячая линия-Телеком, 2012. - 246 с. - URL: https://e.lanbook.com/book/5205#book_name (дата обращения: 01.09.2019). - ISBN 978-5-9912-0165-0.
3. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях : руководство / Д. Халилов. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 240 с. — ISBN 978-5-91657-759-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/62082> (дата обращения: 20.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей
4. Броди, Я. Продающие рассылки: повышаем продажи, используя email-маркетинг / Я. Броди ; перевод с английского И. Гайдюк. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 208 с. — ISBN 978-5-00057-200-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/62126> (дата обращения: 20.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей

6. Оценка качества освоения программы

В ходе освоения программы преподавателем проводится текущий контроль выполнения практико-ориентированных заданий посредством опроса. Итоговая аттестация осуществляется в форме итогового тестирования. Слушатель считается аттестованным, если результаты тестирования свидетельствуют о наличии 50% и более правильных ответов, и все задания текущего контроля успешно выполнены.

7. Составители программы

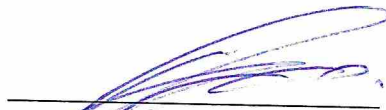
Ассистент кафедры МиУП



/Г.В. Окованцева/

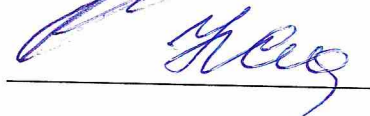
Согласовано:

Заведующий кафедрой МиУП



/С.П. Олейник/

Директор ДРОП



/Н.Ю. Соколова/