

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Вятский государственный университет»

Проректор по образованию



*С. В. Никулин*

*сентябре* 2021 г

*03-04-2021-0447*

**Дополнительная профессиональная программа –  
программа повышения квалификации  
«Интернет-маркетинг»**

Киров  
2021

# 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

## 1.1. Пояснительная записка

Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Интернет-маркетинг» (далее ДПП) реализуется на русском языке.

ДПП ориентирована на получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности, и повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

## 1.2. Нормативные документы для разработки ДПП

Нормативно-методическую основу разработки ДПП составляют:

- Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ;

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. N 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;

- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 марта 2014 г. N 487-р «Об утверждении комплексного плана мероприятий по разработке профессиональных стандартов, их независимой профессионально-общественной экспертизе и применению на 2014 - 2016 годы»;

- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. N 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»

- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

- Письмо Минобрнауки России от 22.04.2015 N ВК-1032/06 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями-разъяснениями по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов»;

- 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);

- Приказ Минтруда России от 04.06.2018 N 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» (Зарегистрировано в Минюсте России 21.06.2018 N 51397);

- «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37) (ред. от 27.03.2018);

- Устав ВятГУ;



- Положение о дополнительной профессиональной программе, действующее в ВятГУ;
- Положение об итоговой аттестации слушателей по дополнительным профессиональным программам, действующее в ВятГУ;
- Иные локальные акты ВятГУ.

### **1.3. Общая характеристика дополнительной профессиональной программы**

Цель обучения – формирование у слушателей знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок компании (продукта, услуги), формирование навыков, необходимых для позиционирования компании (продукта, услуги) на рынке, создания качественного контента, продвижения продукта, услуги и анализа результатов маркетинговых кампаний, измерения эффективности рекламной кампании.

**Основные задачи обучения:**

- изучить сущность маркетинга в цифровой экономике;
- изучить актуальные вопросы стратегии и позиционирования в интернет – маркетинге;
- обучиться способам проектирования и продвижения веб-сайта;
- сформировать знания по использованию рекламы в интернет-маркетинге;
- изучить технику проведения веб-аналитики в интернет-маркетинге.

В результате слушатели должны:

**знать:**

- способы поисковой оптимизации и оптимизации контента сайта, методы создания и установки счетчиков, требования к SEO текстам для сайта;
- технологии определения наиболее эффективных способов контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google»;
- методы привлечения трафика, способы размещения рекламы в пабликах, контекстную и таргетированную рекламу в социальных сетях);
- технику проведения веб-аналитики в интернет маркетинге.

**уметь:**

- содействовать формированию эффективной стратегии продвижения в SMM товаров и услуг;
- организовывать совместную деятельность с коллегами в сфере реализации задач интернет маркетинга;
- осуществления оценки наиболее эффективных способов контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google»;

**владеть:**

- навыками формирования эффективной стратегии продвижения в SMM товаров и услуг и проведения веб-аналитики в интернет маркетинге;

– навыками работы с моделями позиционирования, позиционирования для B2B, B2C, современными инструментами рекламы, таргетированной рекламой в социальных сетях, SEO продвижением, контекстной рекламой, SMM продвижением, контент-маркетингом и др.

Форма обучения: очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Срок освоения – 144 часа.

По итогам обучения слушатель получает удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

### **1.3. Категория слушателей программы и требования к их уровню подготовки**

Категория слушателей программы – граждане предпенсионного возраста; граждане, ищущие работу и обратившиеся в органы службы занятости, включая безработных; женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте до 3 лет; граждане в возрасте 50 лет и старше; женщины, не состоящие в трудовых отношениях и имеющие детей дошкольного возраста

Слушатель по дополнительной профессиональной программе – программе повышения квалификации «Интернет-маркетинг» должен иметь среднее профессиональное образование или высшее образование.

## **2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДПП**

**2.1. Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения.**

Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Интернет-маркетинг» ориентирована на качественное изменение следующих профессиональных компетенций:

ПК 1: Способность осуществлять поисковую оптимизацию и оптимизацию контента сайта.

ПК 2: Способность использовать технологию контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google».

ПК 3: Способность использования социальных сетей в предпринимательской деятельности.

ПК 4: Способность развивать и разрабатывать стратегии продвижения в SMM.

ПК 5: Способность проведения веб-аналитики в интернет-маркетинге.



## 2.2. Виды деятельности и структура профессиональных компетенций

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
профессиональная	ПК 1: Способность осуществлять поисковую оптимизацию и оптимизацию контента сайта.	Владение технологиями оптимизации и способами оптимизации контента сайта (алгоритмом Матрикснет, «Многорукий бандит», создания и установки счетчиков, требования к SEO текстам для сайта)	Определять наиболее эффективные технологии оптимизации и способы оптимизации контента сайта (алгоритм Матрикснет, «Многорукий бандит», создания и установки счетчиков, требования к SEO текстам для сайта)	Технологии поисковой оптимизации и способы оптимизации контента сайта (алгоритм Матрикснет, «Многорукий бандит», создания и установки счетчиков, требования к SEO текстам для сайта)
профессиональная	ПК 2: Способность использовать технологию контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google».	Владение технологией контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google» для реализации предпринимательских целей (технологию создания и настройки рекламных кампаний, запросов в Wordstat.Yandex, GoogleAdWords, GoogleAdWordsEditor.KMS, оптимизации кампаний на поиске и РСЯ, выявления неэффективных запросов)	Применять технологию использования контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google» для реализации предпринимательских целей (технологию создания и настройки рекламных кампаний, запросов в Wordstat.Yandex, GoogleAdWords, GoogleAdWordsEditor.KMS, оптимизации кампаний на поиске и РСЯ, выявления неэффективных запросов)	Технологию использования контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google» для реализации предпринимательских целей (технологию создания и настройки рекламных кампаний, запросов в Wordstat.Yandex, GoogleAdWords, GoogleAdWordsEditor.KMS, оптимизации кампаний на поиске и РСЯ, выявления неэффективных запросов)

<p>профессиональная</p>	<p>ПК 3: Способность использования социальных сетей в предпринимательской деятельности.</p>	<p>Владение техникой работы в социальных сетях и выбора наиболее оптимальных для осуществления предпринимательской деятельности; механизмом использования метрик для оценки эффективности маркетинга в социальных сетях, контент-маркетинга сообществ; методами привлечения трафика; способами размещения рекламы в пабликах, использования контекстной и таргетированной рекламы в социальных сетях</p>	<p>Анализировать и классифицировать социальные сети и выбирать наиболее оптимальные для осуществления предпринимательской деятельности; использовать механизм метрик для оценки эффективности маркетинга в социальных сетях; применять контент-маркетинг сообществ, методы привлечения трафика, способы размещения рекламы в пабликах, контекстную и таргетированную рекламу в социальных сетях</p>	<p>Виды социальных сетей и информационные возможности использования социальных сетей в предпринимательской деятельности (метрики для оценки эффективности маркетинга в социальных сетях, контент-маркетинг сообществ, метод привлечения трафика, способы размещения рекламы в пабликах, контекстная и таргетированная реклама в социальных сетях)</p>
<p>профессиональная</p>	<p>ПК 4: Способность развивать и разрабатывать стратегии продвижения в SMM.</p>	<p>Владение технологией развития и разработки стратегии продвижения в SMM, способствующей вектору продвижения и развития бизнеса; методами анализа рынка и целевой аудитории, разработки контент-плана, определения оптимальных типов контента и анализа KPI, расчета конверсии воронки продаж, настройки ретаргетинга в социальных сетях и</p>	<p>Использовать технологию развития и разработки стратегии продвижения в SMM; анализировать рынок и целевую аудиторию; разрабатывать контент-план; определять оптимальные типы контента и анализировать KPI; рассчитывать конверсию воронки продаж; использовать настройки ретаргетинга в социальных сетях и методы изучения контента конкурентов</p>	<p>Технологию развития и разработки стратегии продвижения в SMM (этапы анализа рынка и целевой аудитории, разработки контент-плана, определение и анализ KPI, способы расчета конверсии воронки продаж, настройки ретаргетинга в социальных сетях, методы изучения контента конкурентов)</p>



		методами изучения контента конкурентов		
профессиональная	ПК 5: Способность проведения веб-аналитики в интернет-маркетинге.	<p>Владение методами веб-аналитики в интернет-маркетинге: техникой осуществления настройки Google Analytics и Яндекс. Механизмом использования метрик для оценки эффективности маркетинга в социальных сетях;</p> <p>навыками построения системы сквозной аналитики и запуска A/B тестов;</p> <p>инструментами Google Tag Manager, оптимизирующими интеграцию сайта со сторонними сервисами и службами аналитики;</p> <p>методами анализа данных систем веб-аналитики и методами анализа отказов, определения точки выхода, UTM-метки, тепловых карт, учета поведенческих факторов сайта</p>	<p>Эффективно проводить веб-аналитику в интернет-маркетинге:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пошагово осуществлять настройку Google Analytics и Яндекс;</li> <li>- использовать механизм использования метрик для оценки эффективности маркетинга в социальных сетях;</li> <li>- выстраивать систему сквозной аналитики и запускать A/B тесты;</li> <li>- использовать Google Tag Manager, как инструмент, оптимизирующий интеграцию сайта со сторонними сервисами и службами аналитики;</li> <li>- применять анализ данных систем веб-аналитики, анализ отказов, точки выхода, UTM-метки, тепловые карты, поведенческие факторы сайта</li> </ul>	<p>Методологию проведения веб-аналитики в интернет-маркетинге (настройка Google Analytics и Яндекс; метрики, построения системы сквозной аналитики, запуск A/B тестов, использование Google Tag Manager, анализ данных систем веб-аналитики, анализ отказов, точки выхода, UTM-метки, тепловые карты, поведенческие факторы сайта</p>

### 2.3. Матрица соотнесения учебной дисциплины и формируемых в ней компетенций

Название учебной дисциплины	Трудоемкость по учебному плану, часов	Компетенции					общее количество компетенций
		ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	
«Интернет-маркетинг»	140	+	+	+	+	+	5

### 3. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП

Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ДПП регламентируются:

- учебным планом;
- календарным учебным графиком;
- рабочей программой учебной дисциплины;
- материалами, устанавливающими содержание и порядок проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестаций.

### 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП

Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, мастер-классы, практические занятия, решение кейсов, самостоятельную работу, проектирование и защиту проекта, определенные учебным планом.

Обучение проводится в очно-заочной форме с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.



## Кадровое обеспечение ДПП

Реализация ДПП программы повышения квалификации обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее направленности программы, осваиваемой слушателями, либо дополнительное профессиональное образование – профессиональная переподготовка, направленность (профиль) которой соответствует направленности дополнительной профессиональной программы, осваиваемой слушателями, или преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

### **Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение учебного процесса**

Дополнительная профессиональная программа обеспечена необходимой учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам. Перечень основной и дополнительной литературы включен в рабочую программу дисциплины.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями, необходимой учебной литературой по всем дисциплинам программы.

Вуз располагает достаточной материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов и форм занятий.

Разработчики ДПП:

Шпенглер Анна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой туризма и управления персоналом ФМиС ФГБОУ ВО «ВятГУ».

Согласовано:

Начальник управления дополнительного образования и международной деятельности



К.А. Курагина