

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

УТВЕРЖДАЮ

Начальник управления дополни-
тельного образования и междуна-
родной деятельности

Курага / К.А. Курагина

«07» сентября 2021

ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

**дополнительной профессиональной программы –
программы повышения квалификации
«Интернет-маркетинг»**

Киров, 2021

Общие положения

Итоговая аттестация проводится в форме зачета в процессе защиты проекта. Зачет представляет собой итоговое испытание по профессионально-ориентированным проблемам, устанавливающее соответствие подготовленности выпускников требованиям ДПП. Зачет проводится с целью проверки уровня и качества профессиональной подготовки слушателей и должен, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, учитывать также общие требования к выпускнику, предусмотренные профессиональными стандартами и квалификационными характеристиками. Зачет позволяет выявить оценить уровень сформированности компетенций у выпускника для решения профессиональных задач, готовность к новым видам профессиональной деятельности.

Зачет проводится в устной форме с применением дистанционных образовательных технологий по результатам защиты проекта, выполненного слушателем.

Перечень проверяемых результатов обучения

В рамках проведения итоговой аттестации устанавливается соответствие уровня знаний слушателей профессиональным стандартам.

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
профессиональная	ПК 1: Способность осуществлять поисковую оптимизацию и оптимизацию	Владение технологиями оптимизации и способами оптимизации контента сайта (алгоритмом Матрикснет, «Многорукий бандит», создания и установки счетчиков, требования к SEO текстам для сайта)	Уметь определять наиболее эффективные технологии оптимизации контента сайта (алгоритм Матрикснет, «Многорукий бандит», создания и установки счетчиков, требования к SEO текстам для сайта)	Знать технологии поисковой оптимизации и способы оптимизации контента сайта (алгоритм Матрикснет, «Многорукий бандит», создания и установки счетчиков, требования к SEO текстам для сайта)

	контента 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.K MS, оптимизации кампаний на поиске и РСЯ, выявления неэффективных запросов	Уметь 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.K MS, оптимизации кампаний на поиске и РСЯ, выявления неэффективных запросов)	Знать базовые принципы технологии использования контекстной рекламы в сети «Яндекс», «Google» для реализации предпринимательских целей (технологию создания и настройки рекламных кампаний, запросов в Wordstat.Yandex, GoogleAdWords, GoogleAdWordsEditor.K MS, оптимизации кампаний на поиске и РСЯ, выявления неэффективных запросов)
профессиональная	ПК-3: Способность использования социальных сетей в предпринимательской деятельности	Владение техникой работы в социальных сетях и выбора наиболее оптимальных для осуществления предпринимательской деятельности;	Умеет 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	Знать основные виды социальных сетей и информационные возможности использования социальных сетей в предпринимательской деятельности (метрики для оценки эффективности маркетинга в социальных сетях, контент-маркетинг сообществ, методы привлечения трафика, способы размещения рекламы в пабликах, контекстная и таргетированная реклама в социальных сетях)

про- фес- сио- наль- ная	ПК-4: Способ- ность разви- вать и разви- вать страте- гии продви- жения в SMM	механизмом ис- пользования метрик для оценки эффективности маркетинга в социаль- ных сетях, контент-мар- кетинга сообществ;	Умеет использовать тех- нологию развития и разра- ботки стратегии прод- вижения в SMM. Анализировать рынок и целевую аудиторию, разрабатывать контент- план, определять опти- мальные типы контента и анализировать KPI, рассчитывать конверсию воронки продаж, исполь- зовать настройки ретар- гетинга в социальных се- тях и методы изучения контента конкурентов)	Знает принципы техно- логию развития и разра- ботки стратегии продви- жения в SMM (этапы анализа рынка и целевой аудитории, разработки контент-плана, типы контента, определение и анализ KPI, способы рас- чета конверсии воронки продаж, настройки ре- таргетинга в социальных сетях, методы изучения контента конкурентов)
про- фес- сио- наль- ная	ПК-5: Способ- ность прове- дения веб- анали- тики в интер- нет- марке- тинге	методами привле- чения трафика;	Умеет эффективно про- водить веб-аналитику в интернет-маркетинге: - пошагово осуществ- лять настройку GoogleAnalytics и Ян- декс; - использовать механизм использования метрик для оценки эффективно- сти маркетинга в соци- альных сетях; - выстраивать системы сквозной аналитики и за- пускать A/B тесты; - использовать GoogleTagManager, как инструмент, оптимизи- рующий интеграцию сайта со сторонними сервисами и службами аналитики; - применять анализ дан- ных систем веб-анали- тики, анализ отказов, точки выхода, UTM- метки, тепловые карты, поведенческие факторы сайта	Знает методологию про- ведения проведения веб- аналитики в интернет- маркетинге (настройка GoogleAnalytics и Ян- декс. Метрики, по- стройка системы сквоз- ной аналитики, запуск A/B тестов, использо- вание GoogleTagManager, анализ данных систем веб-аналитики, анализ отказов, точки выхода, UTM-метки, тепловые карты, поведенческие факторы сайта

Примерный перечень вопросов и заданий к итоговой аттестации

Практические задания

1. Провести анализ трафика, позиции, конверсии. Проанализировать КРІ.
2. Подключите ключевые фразы по продукту/компании. Проведите уточнение Worldstat. Дополните минус-словами. Проведите разбивку по смыслу.
3. Выявить основные сообщества бренда. Выявить лидеров мнений для продукта/компании и принципы работы с ними.
4. Сформулировать основные стратегии продвижения в SMM.
5. Установить и настроить на личном ПК GoogleAnalytics, собрать данные в течение 1 недели и сделать выводы, основываясь на проанализированных данных (трафик, уровень конверсии, гипотезы для повышения уровня конверсии).

Задачи проектирования:

1. Разработать проект запуска рекламы в социальных сетях.
2. Получить первые заказы.
3. Осуществить первые продажи.

Защита итогового проекта:

Итоговый проект – проект по совершенствованию технологий и инструментов интернет маркетинга на предприятии малого и среднего бизнеса.

Структура проекта:

1. Титульный лист.
2. Описание предприятия (название, лого, сфера деятельности, целевая аудитория).
3. Цели и задачи.
4. Описание проблемы в сфере интернет маркетинга
5. Анализ проблемы.
6. Решение проблемы (предлагаемые мероприятия).

Требования к проекту и его защите:

- выполняется по предприятию малого и среднего бизнеса г. Кирова и Кировской области;

- соответствовать заданной структуре проекта;
- выполняется индивидуально слушателем;
- время защиты 5-7 мин.

Критерии оценивания

Оценка за зачет является интегрированной и включает в себя оценку уровня освоения всех компетенций, формируемых в ходе изучения ДПП. Оценка соответствует уровню освоения компетенций: пороговый, продвинутый, высокий. Результаты итоговой аттестации определяются по системе: «зачтено», «не зачтено».

Оценки «зачтено» заслуживает ответ слушателя, в котором полностью раскрыто содержание заявленных в требованиях к разработке содержания проекта.

Представлен анализ существующей ситуации на предприятии в сфере интернет маркетинга, в форме презентации представлены материалы по проведению и анализу трафика, позиции, конверсии, КРІ. Показано подключение ключевых фраз по продукту/компании, уточнены характеристики Worldstat, дополнены минус-словами, проведена разбивка характеристик по смыслу.

Выявлены основные сообщества бренда, лидеров мнений для продукта/компании и принципы работы с ними.

Сформулированы основные стратегии продвижения в SMM.

Установлены и настроены на личном ПК GoogleAnalytics, собраны данные в течение 1 недели и сделаны выводы, на основе проанализированных данных (трафик, уровень конверсии, гипотезы для повышения уровня конверсии).

В проекте решены следующие задачи:

1. Разработать проект запуска рекламы в социальных сетях.
2. Получить первые заказы.
3. Осуществить первые продажи.

Выполнены требования по структуре проекта:

1. Титульный лист.

2. Описание предприятия (название, лого, сфера деятельности, целевая аудитория).

3. Цели и задачи.

4. Описание проблемы в сфере интернет маркетинга

5. Анализ проблемы.

6. Решение проблемы (предлагаемые мероприятия).

Также выполнены требования к проекту и его защите:

- выполняется по предприятию малого и среднего бизнеса г. Кирова и Кировской области;

- соответствовать заданной структуре проекта;

- выполняется индивидуально слушателем;

- время защиты 5-7 мин.