

Общество с ограниченной ответственностью
«КОНКУРЕНТ»

ПРИНЯТО

На педагогическом совете

Протокол № 1

от 13.04.2022 г.



УТВЕРЖДЕНО

Генеральным директором

ООО «Конкурент»

И.В. ЧЕРНЫХ

от «01» февраля 2022 г

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
«Специалист по интернет-маркетингу»**

Автор - составитель:
Макарова Н.Г., преподаватель

Псков, 2022 г.

1. Пояснительная записка

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Специалист по Интернет-маркетингу» (далее - Программа) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации программы дополнительного профессионального образования профессиональной переподготовки «Интернет-маркетинг».

Программа разработана в соответствии со справочником квалификационных требований утв. Минтрудом России и профессиональным стандартом в сфере профессиональной деятельности маркетинга и менеджмента организации: 06.043 - Специалист по интернет-маркетингу.

Нормативно-правовую базу разработки Программы составляет:

1) Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ст.76);

2) Профессиональный стандарт «Специалист по интернет - маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019г. № 95н (5-6 уровень квалификации).

3) Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 1 июля 2013г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

4) Методические рекомендации-разъяснения по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов (Письмо Минобрнауки России от 22.04.2015г. № ВК-1032/06).

Программа направлена на получение компетенций, необходимых для выполнения маркетинговой деятельности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Целью программы является получение знаний и основ практики в области разработки и реализации проектов, создания и продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Категория слушателей: лица, имеющие высшее или среднее профессиональное образование, получающие высшее или среднее профессиональное образование, осуществляющие или планирующие свою профессиональную деятельность в интернет-пространстве.

Программа рассчитана на обучение слушателей без наличия базовых знаний, умений и навыков в области интернет-маркетинга.

Форма обучения – очно-заочная, возможно использование дистанционных образовательных технологий.

Организационно-педагогические условия: образовательный процесс осуществляется на основании учебного плана и регламентируется расписанием занятий для каждой учебной группы.

Срок обучения: 256/10/2,5 (час, нед., мес.).

Режим занятий: 5 дней в неделю по 4-8 часов. При любой форме обучения учебная нагрузка устанавливается не более 8 академических часов в день.

Итоговой формой контроля является подготовка и защита итоговой аттестационной работы, включающей выполнение проекта по разработке рекламной кампании в сети Интернет.

По окончании обучения лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной

переподготовке установленного образца с присваиваемой квалификацией «Специалист по интернет маркетингу» (5-6 уровень квалификации).

2. Планируемые результаты программы

В соответствии с профессиональным стандартом 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу» методы и формы обучения направлены на формирование следующих трудовых функций:

- D/01.5 Проведение аудита веб-сайта.
- D/02.5 Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
- F/01.5 Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
- F/02.5 Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация.
- G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа.
- G/03.5 Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа.
- G/04.5 Привлечение пользователей в интернет-сообщество.
- G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.
- H/02.6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
- H/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
- J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок.
- J/03.6 Корректировка стратегии продвижения.

В результате освоения программы обучающий должен будет приобрести знания и умения, необходимые для качественного изменения имеющихся компетенций:

- Проводить аудит веб-сайта.
- Проводить аналитические работы по реализации стратегии поискового продвижения и медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
- Разрабатывать стратегию проведения медийной кампании и реализовывать её.
- Разрабатывать стратегию продвижения в социальных медиа.
- Привлекать пользователей в интернет-сообщество.
- Проводить рекламные кампании в социальных медиа.
- Исследовать поведение пользователей и спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
- Организовывать электронные рассылки.

Требования к уровню подготовки слушателя: к освоению Программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование и (или) лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

3. Содержание программы

Содержание программы определяется учебным (учебно-тематическим) планом и календарным учебным графиком программы модулей, требованиями к итоговой аттестации и требованиями к уровню подготовки лиц, успешно освоивших Программу.

3.1. Учебный план

			Объем образовательной нагрузки, ак. час.	
--	--	--	--	--

№ п/п	Наименование раздела, дисциплин (модуля)	Всего, ак.час.	Теоретические занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Форма контроля
1	Модуль 1. Основы маркетинга	40	-	-	40	зачет
2	Модуль 2. Инструменты коммуникаций в интернет – маркетинге	40	-	-	40	зачет
3	Модуль 3. Актуальные вопросы стратегии и позиционирования в интернет маркетинге.	43	3	-	40	зачет
4	Модуль 4. Продвижение в интернете.	87	24	3	60	зачет
5	Модуль 5. Маркетинговые исследования	40	-	-	40	зачет
6	Итоговая аттестация	6	-	-	-	экзамен
	Итого	256	27	3	220	

**3.2. Учебно-тематический план
Дополнительной профессиональной программы
профессиональной переподготовки
«Специалист по Интернет-маркетингу»**

№ п/п	Наименование раздела, дисциплин (модуля)	Всего, ак.час.	Объем образовательной нагрузки, ак. час.			Форма контроля
			Теоретические занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	
1.	Модуль 1. Основы маркетинга 1.1. Основы маркетинговой практики. 1.2. Ценовая политика маркетинга 1.3. Управление маркетинговыми каналами 1.4. Разработка и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями 1.5. Как изменяется практика маркетинга: е-бизнес	40	-	-	40	зачет
	<i>Промежуточная аттестация</i>					
2.	Модуль 2. Инструменты коммуникаций в интернет – маркетинге. 2.1. Основные понятия интернет-маркетинга 2.2. Виды интернет-маркетинга. 2.3. Реклама в интернете 2.4. Интернет-брендинг 2.5. Связи с общественностью (PR). 2.6. Прочие инструменты коммуникаций в интернет-маркетинге	40	-	-	40	зачет
	<i>Промежуточная аттестация</i>					
3.	Модуль 3. Актуальные вопросы стратегии и позиционирования в интернет маркетинге. 3.1. Стратегия развития компании 3.2. Понятие целевой аудитории в интернет-маркетинге 3.3. Понятие УТП.	43	3	-	40	зачет
	<i>Промежуточная аттестация</i>					

4.	Модуль 4. Продвижение в интернете. 4.1. Поисковая оптимизация сайта (SEO). 4.2. SMM-маркетинг. 4.3. Таргетированная реклама 4.4. Контекстная реклама (Яндекс, Директ). 4.5. E-mail маркетинг. 4.6. Веб-аналитика.	87	22	5	58	зачет
	<i>Промежуточная аттестация</i>	1				
5.	Модуль 5. Маркетинговые исследования 5.1. Информационное обеспечение маркетинговых исследований 5.2. Интернет-опросы 5.3. Качественные исследования в интернете 5.4. Конкурентная разведка в интернете и анализ потребительских настроений 5.5. Маркетинговые исследования в социальных сетях и блогах	40	-	-	40	зачет
	<i>Промежуточная аттестация</i>	1				
	Итоговая аттестация	3				
	Итого	256	27	3	218	

Теоретические занятия представлены в виде лекций. Лекционный материал представляется в виде текстовых материалов, презентаций. Данные материалы сопровождаются заданиями для практического и самостоятельного изучения.

Практические задания подразумевают решение практических кейсов, что позволит получить практический опыт использования инструментов интернет-маркетинга.

Выполнение самостоятельной работы предлагается в дистанционном режиме. Обучающиеся самостоятельно изучают лекционный материал, дополнительные ссылки и материалы по темам программы, а также краткие резюмирующие материалы, дополнительные инструкции в различных форматах (видео, справочники, текстовые пояснения и т.п.).

4. Список литературы

1. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Д. Каплунов; Манн, Иванов и Фербер; 2014. – 346 с.
2. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство. Д.Кот; 2014. – 83 с.
3. Маркетинг 4.0. Ф. Котлер; 2019. – 104 с.
4. Маркетинговые войны. Э Райс, Джек Траут Серия “Теория и практика менеджмента” Перевел с английского С. Жильцов
5. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с: ил. — (Серия «Деловой бестселлер»).
6. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 211 с.
7. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. — 352 с. ISBN 978-5-394-02474-0

8. Банкин А. Контент-маркетинг для роста продаж - СПб.:Питер, 2017. — 272 с.
9. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О.Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022 - 335 с.
10. Пиксина А. Г., Ивер Н. Н. SEO-продвижение в системе комплексного интернет-маркетинга //Социальные науки. – 2018. – №. 2. – С. 49-55
11. Рольбина Е.С. Маркетинговые исследования, сегментация, позиционирование: учебное пособие / Е.С. Рольбина. – Казань: Изд-во КГФЭИ – 244 с.

Периодические издания

1. VC.RU Маркетинг — сообщество, новости, обзоры, видео <https://vc.ru/marketing> HYPERLINK "https://vc.ru/marketing"
2. Новости рекламных технологий Яндекса <https://yandex.ru/adv/news> HYPERLINK "https://yandex.ru/adv/news"
3. COSSA.RU - маркетинг в социальных медиа, digital-маркетинг, интегрированные маркетинговые коммуникации <http://cossa.ru/> HYPERLINK "http://cossa.ru/"
4. Информационный портал о ppc-маркетинге, контекстной и таргетированной рекламе, и веб-аналитике <https://ppc.world/> HYPERLINK "https://ppc.world/"
5. Блог Конверт Монстра - суровый интернет маркетинг <https://convertmonster.ru/blog> HYPERLINK "https://convertmonster.ru/blog"
6. Что такое контент-маркетинг и как им пользоваться. URL: <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-kontent-marketing-i-komu-on-budet-polezen/>
7. Что такое целевая аудитория и как правильно ее определить. URL: <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-tselevaya-auditoriya-i-kak-pravilno-ee-opredelit/>
8. УТП: что это такое и как составить уникальное торговое предложение правильно. URL: <https://blog.calltouch.ru/glossary/utp-unikalnoe-torgovoe-predlozhenie/>
9. Критерии оценки сайта поисковыми системами. URL: <https://yrokiwp.ru/seo/vnutrennjaja-optimizacija-sajta/kriterii-ocenki-sajta/>
10. Алгоритмы поисковых систем и что это такое. Как работает поиск в 2021? URL: <https://exiterra.com/blog/prodvizhenie-sajta/algoritmy-poiskovykh-sistem-i-chto-eto-takoe/>
11. Ранжирование сайта: по каким критериям сайты показываются в выдаче. URL: <https://zen.yandex.ru/media/esputnik/ranjirovanie-sajta-po-kakim-kriteriiam-sajty-pokazyvaiutsia-v-vydache-61ae29a91c4827757288236a>
12. Гайд по управлению SEO-подрядчиками. URL: <https://vc.ru/seo/304847-gayd-po-upravleniyu-seo-podryadchikami>
13. Как провести полный SEO-аудит сайта: поэтапное руководство. 25+ полезных инструментов. URL: <https://myacademy.ru/baza-znaniy/stati/kak-provesti-polnii-seo-audit-sajta-poetapnoe-rukovodstvo-i-25-poleznych-instrumentov>
14. Что такое семантическое ядро, зачем оно нужно и как его составить. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/semantic-core#chto-takoe-semanticheskoe-yadro>
15. Техническая оптимизация сайта: основные SEO-требования. URL: <https://www.demis.ru/articles/tehniceskaja-optimizacija-sajta/>

16. Правильная структура сайта. URL: <https://seo-akademiya.com/baza-znaniy/vnutrennyaya-optimizacziya/struktura-sajta.-pravila-sostavleniya/>
17. 15 идей информационного контента. URL: <https://amp.spark.ru/startup/5b6d431c830a5/blog/41443/15-idej-informatsionnogo-kontenta>
18. SEO-текст: как писать оптимизированные и полезные статьи. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/seo-text>
19. Шикун С.Р. Контент-маркетинг в социальных сетях как один из эффективных способов продвижения товара // Скиф. 2021. №6 (58). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-marketing-v-sotsialnyh-setyah-kak-odin-iz-effektivnyh-sposobov-prodvizheniya-tovara>
20. 10 источников контента для социальных сетей/ URL: <https://searchengines.guru/ru/articles/2051958>
21. Что такое виральность и как использовать виральный контент? URL: <https://smmbook.online/5-kontent-dlya-socsetej#glava5>
22. Оформление сообществ во ВКонтакте: самые важные правила. URL: <https://smmplanner.com/blog/oformlieniie-soobshchestv-vo-vkontakte-samyie-vazhnyie-pravila/>
23. Введение в профессию: кто такой SMM-копирайтер и как им стать. URL: <https://smmplanner.com/blog/vviedieniie-v-professiuu-kto-takoi-smm-kopiraiter-i-kak-im-stat/>
24. Сам себе копирайтер. Учимся писать продающие тексты. URL: <https://vc.ru/marketing/181405-sam-sebe-kopirayter-uchimsya-pisat-prodayushchie-teksty>
25. SMM handbook . URL: <https://smmbook.online/1-cto-takoe-smm#glava1>
26. Все что вам нужно знать про email-маркетинг. URL: <https://vc.ru/marketing/146508-vse-cto-vam-nuzhno-znat-pro-email-marketing>
27. Как создать информационную рассылку, которую будут читать? URL: <https://vc.ru/marketing/55869-kak-sozdat-informacionnuyu-rassyлку-kotoruyu-budut-chitat>
28. Дизайн email-рассылок. URL: <https://in-scale.ru/blog/dizajn-email-rassylok/>
29. Оптимизация email-рассылок. URL: <https://sales-generator.ru/blog/optimizatsiya-email-rassylok/#2>
30. Веб-аналитика: что это такое, зачем она нужна, сервисы веб-аналитики. URL: <https://kokoc.com/blog/web/>
31. Сквозная аналитика: какие задачи она решает и какому бизнесу подходит. URL: <https://vc.ru/marketing/262370-skvoznaya-analitika-kakie-zadachi-ona-reshaet-i-kakom-u-biznesu-podhodit>
32. CRM-маркетинг. Что это такое и надо ли вашей компании его внедрять. URL: <https://www.unisender.com/ru/blog/idei/cto-takoe-crm-marketing/>
33. Топ 10 CRM-систем для крупного и малого бизнеса. URL: <https://www.uplab.ru/blog/top-10-crm-sistem-dlya-krupnogo-i-malogo-biznesa/>
34. Вебвизор от Яндекс.Метрики. URL: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/webvizer-nastrojka-v-yandeks-metrike/>
35. Что такое цели. Типы целей. URL: <https://yandex.com/support/metrica/general/goals.html?lang=ru>

36. Настройка и просмотр отчета. URL:
<https://yandex.ru/support/metrica/reports/report-general.html>
37. Обзор отчетов. URL:
<https://yandex.ru/support/metrica/reports/overview.html>
38. 10 маркетинговых исследований, которые можно провести онлайн.
URL:
<https://web-promo.ua/blog/10-marketingovyh-issledovaniy-kotorye-mozhno-provesti-online/>
39. Груданова Анна Алексеевна, Груданов Николай Алексеевич ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ ОНЛАЙН-ОПРОСОВ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ // StudNet. 2021. №7. URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-instrumentov-onlayn-oprosov-dlya-informatsionno-go-obespecheniya-marketingovyh-issledovaniy>
40. ТОП – 10 онлайн – сервисов опросов и маркетинговых исследований – 2022. URL: https://marketing-tech.ru/online-services_tags/marketing-research/
41. Борисова А.Р., Сальникова М.Н. КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА НА ОСНОВЕ РЕСУРСОВ В ИНТЕРНЕТЕ // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL:
<https://scienceforum.ru/2019/article/2018013586>
42. 20+ инструментов конкурентной разведки в интернете: выявление, мониторинг и анализ конкурентов для новичков. URL:
<http://www.adventum.ru/blog/20-%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BA%D0%B8-2/>
43. Маркетинговые исследования в соцсетях: зачем и как проводить.
URL:
<https://smmplanner.com/blog/marketingovyie-issledovaniia-v-sotssietiakh-zachem-i-kak-provodit/>

Интернет-ресурсы

1. <https://lizaonair.com/giveaway/> HYPERLINK
"https://lizaonair.com/giveaway/"
2. <https://crello.com/ru/> HYPERLINK "https://crello.com/ru/"
3. <https://www.pinterest.ru/> HYPERLINK "https://www.pinterest.ru/"
4. <https://glvrd.ru/> HYPERLINK "https://glvrd.ru/"
5. <https://stockup.sitebuilderreport.com/> HYPERLINK
"https://stockup.sitebuilderreport.com/"
6. <https://yandex.ru/support/direct/index.html> Яндекс.Директ