

Приложение №1 к  
Приказу №99 от 15.11.2021 г.

ОАНО ДПО «СКАЕНГ»



«УТВЕРЖДАЮ»

Генеральный директор

Матвеев Х.А.

«15» ноября 2021 г.

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа  
«Performance маркетолог»  
для взрослых учащихся

Составитель:

Лисица Елена Сергеевна,  
Контент-менеджер проекта «Математика»  
ОАНО ДПО «СКАЕНГ»

Москва

2021 г.

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

### 1.1. Цель реализации программы

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа «Performance маркетолог» предназначена для взрослых учащихся, желающих научиться успешно продвигать и продавать товары через интернет.

Программа основана на следующих федеральных нормативных актах:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N295 (ред. от 31.03.2017) «Об утверждении государственной программы российской федерации “Развитие образования” на 2013 - 2020 годы”;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам. Приказ МОиН РФ от 01.07.2013 №499;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам. Приказ Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. №196;
- Показатели, характеризующие общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по дополнительным профессиональным программам. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 15 апреля 2019 г. №31н;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. №366н "Об утверждении профессионального стандарта "Маркетолог”;
- Государственный образовательный стандарт высшего образования 080111.65 080111.65 Маркетинг.

**Актуальность программы** определяется тем, что умения продвижения товаров через интернет с целью достижения конкретных, финансово измеримых бизнес-результатов в максимально короткие сроки востребованы владельцами бизнесов, маркетологами, директорами по маркетингу. **Новизна программы** и ее отличительная особенность заключается в применении цифровых технологий, позволяющих построить индивидуальную образовательную траекторию обучающихся и создающих возможности более полного учета их индивидуальных потребностей, возможностей и интересов. **Педагогическая целесообразность программы** обусловлена удовлетворением персональных образовательных потребностей обучающихся.

### **Цель и задачи программы**

**Цель:** научить успешно продвигать товары через интернет с целью достижения конкретных, финансово измеримых бизнес-результатов в максимально короткие сроки.

## **Задачи**

узнать:

- способы анализа рынка и конкурентов
- способы исследования целевой аудитории
- ключевые особенности Performance маркетинга
- ключевые особенности разных видов рекламы (контекстной, таргетированной, Programmatic)
- особенности использования аналитики (Яндекс метрики, Гугл аналитики, Google Tag manager)
- особенности таргетированной рекламы в социальных сетях (фейсбук, ВК, MyTarget, Twitter, Snapchat, LinkedIn, ТикТок)
- особенности профессионального развития маркетолога

научиться:

- анализировать рынок и конкурентов
- исследовать целевую аудиторию
- использовать особенности Performance маркетинга
- использовать разные виды рекламы (контекстную, таргетированную, Programmatic)
- использовать разные виды аналитики (Яндекс метрики, Гугл аналитики, Google Tag manager)
- использовать таргетированную рекламу в социальных сетях (фейсбук, ВК, MyTarget, Twitter, Snapchat, LinkedIn, ТикТок)

## **Ожидаемые результаты:**

В результате прохождения курса обучающиеся:

Будут знать:

- способы анализа рынка и конкурентов
- способы исследования целевой аудитории
- ключевые особенности Performance маркетинга
- ключевые особенности разных видов рекламы (контекстной, таргетированной, Programmatic)
- особенности использования аналитики (Яндекс метрики, Гугл аналитики, Google Tag manager)
- особенности таргетированной рекламы в социальных сетях (фейсбук, ВК, MyTarget, Twitter, Snapchat, LinkedIn, ТикТок)
- особенности профессионального развития маркетолога

Научатся:

- анализировать рынок и конкурентов
- исследовать целевую аудиторию
- использовать особенности Performance маркетинга

- использовать разные виды рекламы (контекстную, таргетированную, Programmatic)
- использовать разные виды аналитики (Яндекс метрики, Гугл аналитики, Google Tag manager)
- использовать таргетированную рекламу в социальных сетях (фейсбук, ВК, MyTarget, Twitter, Snapchat, LinkedIn, ТикТок)

### Структура курса:

Курс состоит из 45 уроков, разделенных на 9 модулей. Для каждого урока предусмотрено практическое задание для самостоятельной работы.

### Трудоемкость обучения

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – **135 часов**, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

**Форма обучения:** заочное обучение с использованием дистанционных образовательных технологий.

### Режим занятий

По графику занятий учебная нагрузка устанавливается не более **10 часов** в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### Учебно-тематический план:

Модуль	№	Урок	Количество часов	
			Аудиторных	Самостоятельных
Введение в performance-маркетинг. Маркетинговый анализ и стратегия	1	Вводное занятие в Performance-маркетинг	1	2
	2	Введение в unit-экономику	1	2
	3	Медиа планирование	1	2
	4	Конкурентный анализ рынка	1	2
	5	Составление CJM и генерация гипотез.	1	2
	6	Введение в креатив	1	2
	7	Разработка и оптимизация лендинга	1	2

<b>Креативы и копирайтинг для лендинга</b>	8	Быстрая разработка лендинга на Тильде	1	2
	9	Как нанять дизайнера и копирайтера	1	2
	10	Особенности креативов для разных рекламных сетей	1	2
	11	Вводный урок по аналитике	1	2
<b>Введение в Аналитику</b>	12	Google Analytics: установка кода, базовое знакомство с интерфейсом. UTM-метки	1	2
	13	Яндекс Метрика: установка кода, базовое знакомство с интерфейсом	1	2
	14	Google Tag Manager и работа с событиями	1	2
<b>Таргетированная реклама в соц. сетях (Paid Social)</b>	15	Facebook. Занятие 1	1	2
	16	Facebook. Занятие 2	1	2
	17	Facebook. Занятие 3	1	2
	18	VK & MyTarget часть 1 и часть 2	1	2
	19	Twitter, Snapchat, LinkedIn	1	2
	20	ТикТок	1	2
	21	Сессия вопросов и ответов, кейсы	1	2
22	Вопросы и ответы по мобайлу	1	2	
<b>Контекстная реклама</b>	23	Экосистемы Яндекс Директ и Google Ads. Размещения и таргетинги	1	2
	24	СJM. Отличия поисковой рекламы	1	2
	25	Задачи каналов и их взаимодействие	1	2
	26	Контекстно-медийная сеть Google. Запуск и оптимизация. Youtube	1	2
	27	Рекламная Сеть Яндекса. Запуск и	1	2

		оптимизация		
	28	Поисковая реклама. Сбор семантического ядра ч1	1	2
	29	Поисковая реклама. сбор семантического ядра ч2	1	2
	30	Сессия вопросов и ответов контекст + аналитика	1	2
<b>Программатика</b>	31	Основы Programmatic	1	2
	32	Возможности Programmatic на примере DV360	1	2
	33	Базовые навыки по установке дисплей кампании в DV360	1	2
	34	Краткий экскурс в YouTube DV360, установка кампании	1	2
<b>Продвинутая веб-аналитика</b>	35	Мобильная аналитика: особенности и основные системы	1	2
	36	Анализ данных: способы и метрики	1	2
	37	Анализ рекламных кампаний. Пути до конверсии. Ассоциированные конверсии	1	2
	38	Модели атрибуции. Введение в сквозную аналитику	1	2
<b>Аналитика для бизнеса и отчетность</b>	39	Введение в аналитику для бизнеса и отчетность	1	2
	40	Основы внедрения сквозной аналитики для бизнеса + case study	1	2
<b>Карьерный блок: от Junior до Senior за 3 месяца</b>	41	Как упаковать кейсы	1	2
	42	Как пройти собеседование	1	2
	43	Как выбирать проект	1	2
	44	Как расти внутри компании/развиваться как специалист независимо	1	2
	45	Консультация с экспертом	1	2
<b>Итого</b>			<b>45 часов</b>	<b>90 часов</b>
			<b>135 часов</b>	

## УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

### **Материально-техническое обеспечение программы:**

- 1) Персональный компьютер (стационарный компьютер/ноутбук).
- 2) Микрофон и наушник.
- 3) Установленная на персональный компьютер программа Zoom.
- 4) Установленный на персональный компьютер браузер Google Chrome.
- 5) Необходимая скорость интернет-соединения - от 5 МБит/с, ping не выше 50.

### **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

**Контроль** в каждом модуле осуществляется в виде: текущего контроля (результатов работы на каждом уроке) и итогового контроля методом портфолио по совокупности выполненных практических работ. Прошедшим итоговую аттестацию считается обучающийся, успешно выполнивший не менее 85% заданий в ходе курса обучения.

### **Кадровое обеспечение образовательного процесса:**

Квалификация педагогических работников Организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденного приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 11 января 2011 г. №1н.