

Приложение №1 к
Приказу №5 от 01.02.2022 г.

ОАНО ДПО «СКАЕНГ»



УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор

Матвеев Х.А.

«01» февраля 2022 г.

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки
«Интернет-маркетолог. Основы профессии»

Составитель:

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

Москва

2022 г.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Приобретение новых компетенций и практических навыков для профессиональной деятельности, направленной на поиск анализ конкурентов, умение обрабатывать текстовую и графическую информацию, изучение основных поведенческих факторов потребителя и размещения контекстно-медийной рекламы. А также освоение новых знаний и умений для выполнения трудовых функций, согласно профессиональному стандарту.

Программа нацелена на формирование следующих междисциплинарных компетенций:

- первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;
- расширение и изменение списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта;
- подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений;
- оценка подобранных ключевых слов и словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике рекламируемого веб-сайта;
- составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети;
- оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании;
- размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе;
- размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе;
- оценка стоимости перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайты конкурентов;
- сравнение текущей стоимости перехода на рекламируемый веб-сайт с планируемой стоимостью перехода;
- изменение стоимости перехода на рекламируемый веб-сайт с рекламной площадки;
- контекстно-медийной системы;
- подбор площадок для размещения объявлений;
- разработка стратегии мотивации пользователей для возвращения на веб-сайт;
- подбор времени показа объявлений;
- подбор территории показа объявлений.

Образовательная программа повышения квалификации по курсу «Интернет-маркетолог. Основы профессии» составлена на основании требований Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. № 273-ФЗ, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 г. № 499, Приказом 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); Приказом Минтруда России от 04.06.2018 N 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» (Зарегистрировано в Минюсте России 21.06.2018 N 51397).

Программа основана на следующих федеральных нормативных актах:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. No273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. No 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 No 499;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам. Приказ Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. N 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. N 31н.

Программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 061500 Маркетинг Квалификация: маркетолог, утвержденный приказом Министерства образования Российской Федерации от 2.03.2000 г. № 6866, а также на основе профессионального стандарта 06.043 "Специалист по интернет-маркетингу", утвержденного приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н.

1.2. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОГО ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ

В результате освоения программы выпускник должен обладать следующими универсальными, общепрофессиональными компетенциями и профессиональными компетенциями в соответствии с выбранными типами профессиональных задач:

Общими компетенциями (ОК):

- ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
- ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

- ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

- ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
- ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования

Профессиональными компетенциями:

- ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
- ПК-2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
- ПК-3 способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
- ПК-4 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
- ПК-5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
- ПК-6 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
- ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
- ПК-8 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования ПК-9 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

Требования к уровню подготовки поступающего на обучение, необходимому для освоения программы:

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу, должны иметь среднее профессиональное или высшее непрофильное техническое образование.

Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца.

Трудоемкость обучения

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – **420 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 1. Введение в digital-маркетинг для новичков

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Аудиторных	Самостоятельных
Введение в digital-маркетинг для новичков	Введение в digital-маркетинг для новичков	1	2
Итого		1	2
		3 ак час	

Модуль 2. Digital-стратегия

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Аудиторных	Самостоятельных
Digital-стратегия	- Digital-стратегия - Анализ конкурентов - Исследование аудитории (CustDev, JTBD) - Разбор проекта: Qmarketing Academy	17	40
Итоги		17	40
		57 ак часов	

Модуль 3. Креатив

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Аудиторных	Самостоятельных
Креатив	- Введение в креатив - Создание посадочных страниц	10	14
Итого		10	14
		24 ак часов	

Модуль 4. Growth Hacking & Activation

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Аудиторных	Самостоятельных
Growth Hacking & Activation	- Вводное занятие в Growth Hacking - Путь пользователя (CJM) = Прототипирование воронки. CJM - A/B тесты	12	16
Итого		12	16
		28 ак часов	

Модуль 5. Таргетированная реклама в соц. сетях (Paid Social)

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Аудиторных	Самостоятельных
Таргетированная реклама в соц. сетях (Paid Social)	- Основы performance-маркетинга - Facebook и Instagram: Настройка рекламного кабинета - Facebook и Instagram: Уровень кампании и группы объявлений - Facebook и Instagram: Уровень объявлений и Аналитика - ВКонтакте - MyTarget - Обзор рекламных возможностей: Twitter, Snapchat, LinkedIn	25	17
Итого		25	17
		42 ак часов	

Модуль 6. Контекстная реклама

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Аудиторных	Самостоятельных
Контекстная реклама	- Яндекс Директ и Google Ads: Обзор платформ - Стратегия в контекстной рекламе - Сбор семантики. Теория - Контекстно-медийная сеть Google - Рекламная сеть Яндекс - Сбор семантики. Практика - Поисковая реклама. Запуск и оптимизация	23	25
Итого		23	25
		48 ак часов	

Модуль 7. Retention-маркетинг (CRM)

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академическ их	Самостоятельных

Retention-маркетинг (CRM)	- Вводное занятие - Обзор основных платформ Retention маркетинга - Сегментация клиентской базы - Триггерные (коммуникационные) карты - Email-маркетинг - Запуск и ведение Retention-проекта	25	15
Итого		25	15
		40 ак часов	

Модуль 8. Аналитика. Базовый уровень

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Аналитика. Базовый уровень	- Вводный урок в аналитику - Google Analytics - Яндекс Метрика - Google Tag Manager - Мобильная аналитика - Анализ данных: разбор кейсов	20	25
Итого		20	25
		45 ак часов	

Модуль 9. Аналитика. Продвинутый уровень

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Аналитика. Продвинутый уровень	- Анализ рекламных кампаний. Атрибуция - Введение в сквозную аналитику	15	14
Итого		15	14
		29 ак часов	

Модуль 10. Маркетинг для B2B

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Маркетинг для B2B	— Планирование процесса трудоустройства — Оценка вакансии — Резюме и портфолио — Собеседование и тестовое задание — Презентация портфолио работодателю — Работа с обратной связью	7	4
Итого		7	4
		11 ак часов	

Модуль 11. Programmatic реклама

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Programmatic реклама	- Основы Programmatic рекламы - Возможности Programmatic на примере DV360 - Базовые навыки по установке дисплей кампании в DV360 - Краткий экскурс в YouTube DV360, установка кампании	10	6
Итого		10	6
		16 ак часов	

Модуль 12. CPA Сети

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
CPA Сети	- Что такое CPA-сети. Кто такой веб-мастер. Зачем они нужны - Обзор основных CPA-сеток, плюсы и минусы работы с ними	11	7

	- Как быстро запустить CPA привлечение и когда нужно создавать свою партнерку - Какие бывают ошибки при размещении в CPA. - Как сделать так, чтобы CPA рос и составлял до 15% в общем маркетинг миксе - Разбор кейсов и антикейсов по CPA		
Итого		11	7
		18 ак часов	

Модуль 13. Мобильная реклама

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Мобильная реклама	- Вводный урок по мобильному маркетингу - Реклама приложений в Facebook. Введение в мобайл. - Мобильная аналитика	5	4
Итого		5	4
		9 ак часов	

Модуль 14. Маркетинг в TikTok

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.
------	------	---

		Академических	Самостоятельных
Маркетинг в TikTok	- Performance в TikTok	2	4
Итого		2	4
		6 ак часов	

Модуль 15. SEO

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
SEO	- Внутренняя оптимизация - Как нанимать подрядчика - Поисковые системы - Стратегия	7	6
Итого		7	6
		13 ак часов	

Модуль 16. Продвижение в Яндекс.Дзен

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Продвижение в Яндекс.Дзен	- Как продвигать бизнес через инструменты Яндекс.Дзен	4	3

	- Как бренду или специалисту вести блог в Яндекс.Дзен		
Итого		4	3
		7 ак часов	

Модуль 17. Дизайн в E-commerce

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Дизайн в E-commerce	- Основы дизайна в e-commerce	1	2
Итого		1	2
		3 ак часов	

Модуль 18. Личный бренд

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Личный бренд	- Стратегии выстраивания личного бренда, создание собственного позиционирования - Создание контент-стратегии для личного бренда, стратегии набора	4	4

	подписчиков и их последующей конверсии		
Итого		8	8
		8 ак часов	

Модуль 19. PR

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
PR	- PR-стратегия - PR для стартапа, часть I - PR для стартапа, часть II	4	5
Итого		4	5
		9 ак часов	

Модуль 20. Карьерный блок

Тема	Урок	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.	
		Академических	Самостоятельных
Карьерный блок	- Как нанимать маркетинговую команду	3	1
Итого		3	1
		4 ак часов	

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Материально-техническое обеспечение программы:

- 1) Персональный компьютер (стационарный компьютер/ноутбук).
- 2) Микрофон и наушник.
- 3) Установленная на персональный компьютер программа Telegram.
- 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 (данные системы о результатах выполнения каждого задания) и итогового контроля – итоговое тестирование и устный экзамен. Итоговым контролем в курсе являются итоговое тестирование и устный экзамен.

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. N 1н.