

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 29.10.2024 15:09:25
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Аннотация дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки
«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ»

1. Направление подготовки:

Приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 N 7 (ред. от 13.07.2017) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09.02.2016 N 41028)

2. Категория слушателей:

ДПП разработана в рамках федерального проекта «Содействие занятости» национального проекта «Демография» по дополнительному профессиональному образованию отдельных категорий граждан.

Условия участия отдельных категорий граждан в мероприятиях по обучению предусмотрены Постановлением Правительства РФ от 21.02.2024 N 201 "Об утверждении Положения о реализации мероприятий по организации профессионального обучения и дополнительного профессионального образования отдельных категорий граждан".

К освоению программы допускаются лица, имеющие и/или получающие высшее или среднее профессиональное образование.

3. Форма обучения (подчеркнуть)

очная, очно-заочная, заочная;

очная с прим. ДОТ, очно-заочная с прим. ДОТ, заочная с прим. ДОТ

очная с прим. ЭО и ДОТ, очно-заочная с прим. ЭО и ДОТ, заочная с прим. ЭО и ДОТ

4. Период реализации программы: 256 акад.ч.

5. Период актуальности программы: до декабря 2024г.

6. Язык, на котором реализуется программа – русский.

7. Основные дисциплины программы

1. Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии.

Цели и задачи маркетинга и интернет-маркетинга для бизнеса. Стратегии продвижения в цифровой среде. Основные концепции и инструменты маркетинга. Маркетинговые исследования в интернете. Брендинг, позиционирование, формирование уникального торгового предложения (УТП). Карта пути клиента (Customer Journey Map) и воронка продаж.

2. Основы создания web-сайта компании. Web-аналитика и usability. Поисковая оптимизация (SEO).

Актуальные тренды web-дизайна для различных типов сайтов. Обзор и сравнение популярных CMS (систем управления сайтами), выбор оптимальной CMS. Основные этапы создания сайта: постановка цели, разработка ТЗ, прототипирование, создание макета, верстка, программирование, наполнение контентом, тестирование, запуск. Практикум по разработке сайта в CMS-конструкторе. Виды сайтов и мобильных приложений. Интеграция сайта и аналитики с другими сервисами (телефония, CRM, e-mail мессенджер маркетинг и пр.), отчеты. Основы web-аналитики, ключевые показатели для отслеживания. Обзор основных сервисов: Google Analytics, Яндекс Метрика, Liveinternet. Web-аналитика: настройка целей. Usability сайтов и приложений. Основы UX-дизайна, проектирование

взаимодействия системы с пользователем. Аудит юзабилити. Основы поисковой оптимизации (SEO): принципы работы поисковых систем, факторы ранжирования сайтов. Структура сайта. Семантическое ядро. Аудит сайта, оптимизация и подготовка к продвижению. SERM: управление онлайн-репутацией с помощью SEO.

3. *Ключевые технологии онлайн-продвижения: контент-маркетинг, SMM, интернет-реклама, директ-маркетинг.*

Введение в SMM, основные понятия. Обзор основных социальных сетей и их особенностей. Оформление аккаунтов в разных соцсетях. Актуальные тенденции в дизайне. Обзор специализированных сервисов для создания визуального контента. Формирование контент-плана публикаций. Специфика контент-планирования для основной ленты и исчезающих историй. Обзор специализированных сервисов отложенных публикаций. Комьюнити-менеджмент: формирование сообщества в социальных сетях, взаимодействие с подписчиками. Работа с негативом. Обзор бесплатных и платных методов продвижения в социальных сетях. Работа с лидерами мнений, биржи блогеров. Ключевые метрики эффективности SMM, специализированные сервисы аналитики для соцсетей. Стратегии и типы рекламных кампаний. Медиапланирование. Бюджетирование. Контекстная реклама: особенности, виды, основные понятия. Яндекс Директ и РСЯ, КМС. Принципы создания рекламных кампаний и оценки их эффективности. CPA-сети и партнерский маркетинг. CPA сети и Programmatic платформы: основы и планирование. Медийная реклама и реклама у блогеров. Работа с лидерами мнений, биржи блогеров. Оценка эффективности. Таргетированная реклама: основные понятия и принципы. Таргетинг в Telegram, Вконтакте, MyTarget. Тренды в рекламных креативах, постановка задач дизайнеру. Оценка эффективности рекламы. Контент-маркетинг: виды и форматы контента, каналы распространения. Вирусный контент. Создание визуального контента: фото, видео, графика, AR и VR-технологии. Создание текстового контента: основы копирайтинга. Контент-планирование: способы и инструменты. Анализ эффективности. E-mail-маркетинг и мессенджер-маркетинг. Сбор и сегментация базы. Сервисы для автоматизации работы с рассылками. Показатели эффективности. Виды рассылок и принципы создания цепочек писем. Реанимация базы. Инновационные рекламные решения в цифровой среде. Инфотейнмент и его виды в маркетинге. Технологии геймификации в работе с потребителями.

4. *Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга*

KPI (ключевые показатели эффективности) интернет-маркетинга, их взаимное влияние. Подходы к повышению эффективности digital-маркетинга. Оптимизация бюджета. Организация маркетинговой деятельности в компании. Взаимодействие с подрядчиками: агентствами, фрилансерами. Отбор, постановка задач, контроль, оценка эффективности. Аудит маркетинга в организации.

5. *Фиджитал-маркетинг*

Маркетинг 5.0: фиджитал маркетинг, цифровой разрыв, фиджитал потребитель. Технологии нейромаркетинга. Agile-маркетинг. Потребительские инсайты.

6. *Маркетинг*

8. Формы контроля

Итоговая аттестация: экзамен в форме тестирования

9. Основная литература

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6;

2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3640-7.