

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ "ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ "СПЕЦИАЛИСТ" УНЦ ПРИ
МГТУ ИМ. Н.Э. БАУМАНА
(ОЧУ ДПО «СПЕЦИАЛИСТ»)**

123317, г. Москва, Пресненская набережная, д 8, стр. 1, этаж 48, помещение 484с, комната 3,
ИНН 7701168244, ОГРН 1127799002990



Утверждаю:
Директор ОЧУ ДПО «Специалист»

/Е.В. Добрыднева/

« 1 » февраля 2018 года

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
«Интернет-маркетинг для руководителя – методы
эффективного контроля»**

город Москва

Программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам".

Повышение квалификации слушателей, осуществляемое в соответствии с программой, проводится с использованием модульного принципа построения учебного плана с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в соответствии с законодательством об образовании.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации, разработана образовательной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, включает все модули, указанные в учебном плане.

Содержание оценочных и методических материалов определяется образовательной организацией самостоятельно с учетом положений законодательства об образовании Российской Федерации.

Структура дополнительной профессиональной программы соответствует требованиям Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499.

Объем дополнительной профессиональной программы вне зависимости от применяемых образовательных технологий, должен быть не менее 16 академических часов. Сроки ее освоения определяются образовательной организацией самостоятельно.

Формы обучения слушателей (очная, очно-заочная, заочная) определяются образовательной организацией самостоятельно.

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Для определения структуры дополнительной профессиональной программы и трудоемкости ее освоения может применяться система зачетных единиц. Количество зачетных единиц по дополнительной профессиональной программе устанавливается организацией.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

1. Цель программы:

Совершенствование компетенций: в результате прохождения обучения слушатель узнает, как эффективно реализовать интернет-стратегию и соответствие ей интернет-маркетинга компании.

Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	УРОВЕНЬ ВО
		БАКАЛАВРИАТ НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 09.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

		Код компетенции
1	способность проводить расчет экономической эффективности	ПК-9
2	способность разрабатывать средства реализации информационных технологий (методические, информационные, математические, алгоритмические, технические и программные)	ПК-12
3	способность к организации работы малых коллективов исполнителей	ПК-19
4	способность поддерживать работоспособность информационных систем и технологий в заданных функциональных характеристиках и соответствии критериям качества	ПК-30

Совершенствуемые компетенции в соответствии с трудовыми функциями профессионального стандарта «Специалиста по связям с общественностью» (проект)

№	Компетенция	Направление подготовки
		Трудовые функции (код)
1	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие человеческого капитала • Разработка коммуникационной стратегии • Управление проектами в профессиональной деятельности по связям с общественностью • Анализ информации • Реализация коммуникационной стратегии • Организация публичных коммуникаций - реализация коммуникационной стратегии • Разработка, создание контента • Выстраивание личной профессиональной стратегии развития 	В разработке

Планируемый результат обучения:

После окончания обучения Слушатель будет знать:

- инструменты интернет- маркетинга
- Стратегия реализации и методы привлечение клиентов к торговой марке
- Планирование и контроль бюджетов на интернет- маркетинг
- Покупка интернет услуг: способы оптимизации затрат

После окончания обучения Слушатель будет уметь:

- Строить эффективную стратегию продвижения компании в сети интернет
- Планировать и контролировать бюджеты на интернет-маркетинг
- Привлекать новых клиентов и качественно улучшать работу с постоянными покупателями
- Вычислять, какие интернет-услуги нужны и как правильно их покупать
- Вычислять, какой персонал необходим для реализации интернет-стратегии и как его эффективно формировать

Учебный план:

Категория слушателей: руководители проектов, менеджеры.

Требования к предварительной подготовке: «Интернет-технологии. Базовый курс для маркетологов», или эквивалентная подготовка

Срок обучения: 16 академических часов, 8 часов самостоятельно

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная. По желанию слушателя форма обучения может быть изменена и/или дополнена.

Режим занятий: дневной, вечерний, группы выходного дня.

№ п/п	Наименование модулей по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС,ч
				Лекций	Практических занятий	
1	Модуль 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга	6	4	2	2	2
2	Модуль 2. Стратегия реализации – привлечение клиентов и повышение престижа Вашей торговой марки	6	4	2	2	2
3	Модуль 3. Планирование и контроль бюджетов на интернет- маркетинг	6	4	2	2	2
4	Модуль 4. Покупка интернет услуг – оптимизация затрат	6	4	2	2	2
	Итого:	24	16	8	8	8
	Итоговая аттестация	тестирование				

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

2. Календарный учебный график

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

Неделя обучения	1	2	3	4	5	6	7	Итого часов
	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
1 неделя	-	4	4	-	-	-	-	8
СРС	-	2	2	-	-	-	-	4
2 неделя	-	4	4	-	-	-	-	8
СРС	-	2	2	-	-	-	-	4
Итого:		12	12	-	-	-	-	16/8
Примечание: ИА – Итоговая аттестация (тестирование)								

3. Рабочие программы учебных предметов

Модуль 1 . Обзор инструментов интернет- маркетинга

- Различные типы корпоративных сайтов и их потенциальные возможности
- Поисковая оптимизация (SEO) – принципы объективной эффективности
- Основные принципы контекстной рекламы от Яндекс Директ, Бегун и GoogleAdwords
- Маркетинг в социальных сетях (SMM) – мифы и реальные результаты

Модуль 2 . Стратегия реализации – привлечение клиентов и повышение престижа Вашей торговой марки

- Позиционирование Вашей компании в интернет
- Повышение маркетинговой эффективности сайта – основы юзабилити
- Стратегии SEO продвижения – бесполезный трафик или реальные клиенты
- Методы работы с постоянными клиентами через Интернет

Модуль 3 . Планирование и контроль бюджетов на интернет- маркетинг

- Оценка бюджетов интернет-проектов в краткосрочном и долгосрочном периоде
- Инструменты интернет-аналитики для руководителя
- Методы повышения эффективности интернет-рекламы

Модуль 4 . Покупка интернет услуг – оптимизация затрат

- Функциональные задачи в области интернет-маркетинга, требования к соответствующим специалистам
- Выбор и оценка поставщиков интернет-услуг
- Методы обучения и развития специалистов в области интернет-маркетинга

3. Организационно-педагогические условия

Соблюдение требований к кадровым условиям реализации дополнительной профессиональной программы:

а) преподавательский состав образовательной организации, обеспечивающий образовательный процесс, обладает высшим образованием и стажем преподавания по изучаемой тематике не менее 1 года и (или) практической работы в областях знаний, предусмотренных модулями программы, не менее 3 (трех) лет;

б) образовательной организацией наряду с традиционными лекционно-семинарскими занятиями применяются современные эффективные методики преподавания с применением интерактивных форм обучения, аудиовизуальных средств, информационно-телекоммуникационных ресурсов и наглядных учебных пособий.

Соблюдение требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дополнительной профессиональной программы:

а) образовательная организация располагает необходимой материально-технической базой, включая современные аудитории, библиотеку, аудиовизуальные средства обучения, мультимедийную аппаратуру, оргтехнику, копировальные аппараты. Материальная база соответствует санитарным и техническим нормам и правилам и обеспечивает проведение всех видов практической и дисциплинарной подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом реализуемой дополнительной профессиональной программы.

б) в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-

образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в модулях дополнительной профессиональной программы.

4. Формы аттестации и оценочные материалы

Образовательная организация несет ответственность за качество подготовки слушателей и реализацию дополнительной профессиональной программы в полном объеме в соответствии с учебным планом.

Оценка качества освоения дополнительной профессиональной программы слушателей включает текущий контроль успеваемости и итоговую аттестацию.

Результаты итоговой аттестации слушателей ДПП в соответствии с формой итоговой аттестации, установленной учебным планом, выставляются по двух бальной шкале («зачтено\незачтено»).

Слушателям, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Слушателям, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией.

Итоговая аттестация проводится по форме тестирования в соответствии с учебным планом. Результаты итоговой аттестации заносятся в соответствующие документы.

«Зачтено» - не менее 70% правильных ответов.

Итоговая аттестация по курсу:

Вопрос 1

5 аспектов деятельности организации

Выберите один ответ:

- Финансы, Маркетинг, Операции, Персонал, Информация
- Маркетинг, Операции, Персонал, Информация
- Финансы, Операции, Информация

Вопрос 2

Модель 6 рынков

Выберите один ответ:

- Рынки потребителей, Внутренние рынки, Рынки социальных сетей, Рынки оптовиков Рынки поддержки Рынки агрессии
- Рынки потребителей, Внутренние рынки, Рынки рабочей силы, Рынки поставщиков Рынки поддержки Рынки влияния
- Рынки потребителей, Внутренние рынки, Рынки конфет Рынки оптовиков Рынки поддержки Рынки поддержки

Вопрос 3

Рынки B2C – это

Выберите один ответ:

- Рынок потребителей – (Business-To-Consumer)
- Рынок Частных лиц – (Business-To-Consumer)
- Рынок организаций – (Business-To-Consumer)

Вопрос 4

Рынки B2B – это

Выберите один ответ:

- Рынок организаций – (Business-To-Business)
- Рынок организаций – (Business-To-Consumer)
- Рынок организаций-оптовиков – (Business-To-Consumer)

Вопрос 5

SWOT- АНАЛИЗ (ГЕНЕРАЦИЯ СТРАТЕГИЙ) - это

Выберите один ответ:

- Strengths – Сильные стороны Weaknesses - Слабые стороны Opportunities– Возможности Threats–Угроз
- Strengths – Сильные стороны Weaknesses - Слабые стороны Opportunities– Возможности
- Strengths – Сильные стороны Weaknesses - Слабые стороны Threats–Угроз

Вопрос 6

Признаки жизнеспособного сегмента

Выберите один ответ:

- Размер, Различимость, Релевантность, Доступность
- Размер, Релевантность, Доступность
- Размер, Различимость, Доступность

Вопрос 7

Методы исследований

Выберите один ответ:

- Количественные, Качественные

- изучение числовых значений показателей, качественные, оптовые
- изучают эмпирические данные, количественные, красивые

Вопрос 8

Оценка совокупного рыночного спроса определяется по формуле

Выберите один ответ:

- $Q = n * q * p$
- $Q = n * q * 3p$
- $Q = n * 2q * p$