УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора ФГБОУ ДПО «ИРДПО»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.В. Безлепкин

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

**I. Паспорт Образовательной программы**

**«**Цифровой маркетинг **»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Версия программы** | **1** |
| **Дата Версии** | 13.10.2020 |

1. **Сведения о Провайдере**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.1 | Провайдер | ФГБОУ ДПО «Институт развития дополнительного профессионального образования» |
| 1.2 | Логотип образовательной организации | C:\Users\Ольга\Desktop\Новая папка\Без_названия.jpg |
| 1.3 | Провайдер ИНН | 7702059865 |
| 1.4 | Ответственный за программу ФИО | Костылева Анна Андреевна |
| 1.5 | Ответственный должность | Проректор по цифровому развитию |
| 1.6 | Ответственный Телефон | 89060589791 |
| 1.7 | Ответственный Е-mail | [kaa@irdpo-edu.ru](mailto:kaa@irdpo-edu.ru) |

1. **Основные Данные**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Название** | **Описание** |
| 2.1 | Название программы | Цифровой маркетинг |
| 2.2 | Ссылка на страницу программы | [**https://irdpo-edu.ru/page14533665.html**](https://irdpo-edu.ru/page14533665.html) |
| 2.3 | Формат обучения | Онлайн |
| 2.4 | Подтверждение от ОО наличия возможности реализации образовательной программы с применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий с возможностью передачи данных в форме элементов цифрового следа | ИРДПО подтверждает наличия возможности реализации образовательной программы с применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий с возможностью передачи данных в форме элементов цифрового следа |
| 2.5 | Уровень сложности | Базовый |
| 2.6 | Количество академических часов | **72** |
| 2.7 | Практикоориентированный характер образовательной программы: не менее 50 % трудоёмкости учебной деятельности отведено практическим занятиям и (или) выполнению практических заданий в режиме самостоятельной работы (кол-во академических часов) | Практикоориентированный характер образовательной программы: порядка 80 % трудоёмкости учебной деятельности отведено практическим занятиям и (или) выполнению практических заданий в режиме самостоятельной работы (60 часов) |
| 2.8 | Стоимость обучения одного обучающегося по образовательной программе, а также предоставление ссылок на 3 (три) аналогичные образовательные программы иных организаций, осуществляющих обучение, для оценки объективности стоимости или обоснование уникальности представленной образовательной программы в случае отсутствия аналогичных образовательных программ на рынке образовательных услуг | 25 000 руб.   1. Курс «Интернет-маркетинг: продвижение в социальных сетях», 24 часа, 21550 руб. <https://www.specialist.ru/course/smm> 2. Курс «Интернет-маркетолог: 3.0», 84 часа, 39000 руб.   <https://convertmonster.ru/marketing-live/?utm_medium=affiliate&gcao=4925&gcpc=76607>   1. Курс «Интернет-маркетолог», 120 часов, стоимость 49900 руб.   <https://netology.ru/programs/distance-course-internet-marketing> |
| 2.9 | Минимальное количество человек на курсе | **100** |
| 2.10 | Максимальное количество человек на курсе | **300** |
| 2.11 | Данные о количестве слушателей, ранее успешно прошедших обучение по образовательной программе | - |
| 2.12 | Формы аттестации | **Тестирование и защита проекта (результат выполнения практикоориентированных заданий)** |
| 2.13 | Указание на область реализации компетенций цифровой экономики, к которой в большей степени относится образовательная программа, в соответствии с Перечнем областей | Цифровой маркетинг и медиа |

1. **Аннотация программы**

Наиболее полное и содержательное описание программы, которое включает:

1)Программа направлена на формирование профессиональных компетенций цифровой экономики в сфере цифрового маркетинга, то есть разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" :

ПК 1 Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК2. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-

телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 3. Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 4. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения

2)К освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и(или) высшее образование, заинтересованные в освоении новых цифровых компетенцийв сфере цифрового маркетинга описание; успешность освоения программы зависит от уровня сформированности цифровой грамотности обучающихся.

3) В результате освоения программы слушатели овладеют навыками:

проведения аудита веб-сайта, разработки стратегии поискового продвижениявеб-сайта, разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании, составления заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", привлечением пользователей в интернет-сообщества, проведение рекламных кампаний в социальных медиа.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования**

**«Институт развития дополнительного профессионального образования»**

|  |
| --- |
| УТВЕРЖДАЮ  И.о. ректора ФГБОУ ДПО «ИРДПО»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.В. Безлепкин  «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**повышения квалификации**

«Цифровой маркетинг»

72 часа

Категория слушателей:

Лица, имеющие среднее профессиональное и(или) высшее образование

**Уровень квалификации:** не ниже 5

**Объем: 72 часа**

**Форма обучения:** очная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

**1.Цель программы**

Программа направлена на формирование профессиональных компетенций цифровой экономики в сфере цифрового маркетинга, то есть разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет":

ПК 1 Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК2. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-

телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 3. Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 4. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения

**2.Планируемые результаты обучения:**

2.1.Знание (осведомленность в областях)

2.1.1. Функционирование информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

2.1.2. Основы гипертекстовой разметки

2.1.3.Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов

2.1.4.Особенности функционирования современных поисковых машин и основы оптимизации веб-сайта под требования современных поисковых машин

2.1.5.Внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способы устранения ошибок

2.1.6.Особенности функционирования современных поисковых машин

2.1.7.Основы компьютерной грамотности

2.1.8.Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов

2.1.9.Правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний

2.1.10.Основы деловой коммуникации, в том числе письменной

2.1.11.Особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов

2.1.12.Методы обработки текстовой и графической информации

2.1.13.Основы гипертекстовой разметки

2.1.14.Основы веб-дизайна

2.1.15. Основы веб-технологии

2.1.16.Правила создания и корректировки текстовых материалов для веб-сайта (правила веб-райтинга)

2.1.17.Основы копирайтинга

2.1.18. Особенности написания текстов, соответствующих требованиям поисковых машин

2.1.19.Правила и методы написания конверсионных текстов

2.1.20.Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использующих различные устройства для выхода в сеть

2.2. Умение (способность к деятельности)

2.2.1. Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения посетителей веб-сайта

2.2.2. Оценивать поведение посетителей продвигаемого веб-сайта

2.2.3.Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения пользователей в поисковой выдаче

2.2.4.Составлять технические задания для веб-программистов, веб-верстальщиков и других специалистов

2.2.5.Составлять технические задания для составителей текстов

2.2.6. Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию

2.2.7.Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов

2.2.8.Составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых дляоптимизации веб-сайта под требования поисковых машин

2.2.9.Анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта

2.2.10.Анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию

2.2.11. Актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

2.2.12. Анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины

2.2.13. Выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов

2.2.14. Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины

2.3.Навыки (использование конкретных инструментов)

2.3.1 Проведение аудита веб-сайта

2.3.2. Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно телекоммуникационной сети "Интернет"

2.3.3. Разработка стратегии поискового продвижения

2.3.4. Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализ поведения посетителей веб-сайта

2.**3.5.**Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании

2.3.6.Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

2.3.7.Разработка стратегии продвижения в социальных медиа

2.3.8.Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа

2.3.9.Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет

2.3.10.Организация и проведение электронных рассылок

2.3.11. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) веб-сайта и действующих контекстно-медийных кампаний по продвижению вебсайта

2.3.12. Анализ готовности веб-сайта к контекстно-медийным кампаниям и составление аналитической записки

2.3.13. Анализ веб-сайтов и рекламных кампаний конкурентов в системах контекстно-медийной рекламы

2.3.14.Разработка стратегии мотивации пользователей для возвращения на веб-сайт

2.3.15. Подбор времени показа объявлений

2.3.16. Подбор территории показа объявлений

**3.Категория слушателей** (возможно заполнение не всех полей)

* 1. Образование не ниже среднего профессионального

**4.Учебный план программы «Цифровой маркетинг»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Модуль** | **Всего, час** | **Виды учебных занятий** | | |
| **лекции** | **практические занятия** | **самостоятельная работа** |
| **1** | Модуль 1. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | **14** | **2** | **2** | **10** |
| **2** | Модуль 2. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | **14** | **2** | **2** | **10** |
| **3** | Модуль 3 Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | **14** | **2** | **2** | **10** |
| **4** | Модуль 4. Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | **14** | **2** | **2** | **10** |
| **5** | Модуль 5. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения | **14** | **2** | **2** | **10** |
|  |  | **70** | **10** | **10** | **50** |
| **Итоговая аттестация** | | **2** | **Указывается вид (тестирование, защита проекта)** | | |
|  | | **72** |  | | |

**5.Календарный план-график реализации образовательной** программы «Цифровой маркетинг»

(дата начала обучения – дата завершения обучения) в текущем календарном году, указания на периодичность набора групп (не менее 1 группы в месяц)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование учебных модулей** | **Трудоёмкость (час)** | **Сроки обучения** |
| **1** | Модуль 1. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет | 14 | 1-6 ноября |
| **2** | Модуль 2. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 14 | 7-12 ноября |
| **3** | Модуль 3 Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 14 | 13-20 ноября |
| **4** | Модуль 4. Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 14 | 21-24 ноября |
| **5** | Модуль 5. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения | 14 | 25-29 ноября |
|  | **Итоговая аттестация** | 2 | 30 ноября |
| **Всего:** | | 72 |  |

**6.Учебно-тематический план программы «Цифровой маркетинг»**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Модуль / Тема** | **Всего, час** | **Виды учебных занятий** | | | **Формы контроля** |
| **лекции** | **практические занятия** | **самостоятельная работа** |
| 1 | ***Модуль 1. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | ***14*** | ***2*** | ***2*** | ***10*** |  |
| 1.1 | Тема 1.1. «Проведение аудита веб-сайта» | 2 | 0,5 |  | 1,5 |  |
| 1.2 | Тема 1.2. «Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 2 | 0,5 | 0,5 | 1 |  |
| 1.3 | Тема 1.3. «Разработка стратегии поискового продвижения» | 2 | 0,5 | 0,5 | 1 |  |
| 1.4 | Тема 1.4. «Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта» | 2 | 0,25 | 0,5 | 1,25 |  |
| 1.5 | Тема 1.5. «Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта» | 2 | 0,25 | 0,25 | 1,5 |  |
| 1.6 | Тема 1.6. «Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 3 |  | 0,25 | 1,75 |  |
|  | Промежуточная аттестация | 1 |  |  | 1 | зачет по модулю |
| 2 | ***Модуль 2 «Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | ***14*** | ***2*** | ***2*** | ***10*** |  |
| 2.1 | Тема 2.1. «Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов» | 4 | 0,5 | 0,5 | 3 |  |
| 2.2 | Тема 2.2. «Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании» | 4 | 0,5 | 0,5 | 3 |  |
| 2.3 | Тема 2.3. «Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 3 | 0,5 | 0,5 | 4 |  |
| 2.4 | Тема 2.4. «Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 2 | 0,5 | 0,5 | 3 |  |
|  | Промежуточная аттестация | 1 |  |  | 1 | зачет по модулю |
| 3 | ***Модуль 3«Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | ***14*** | ***2*** | ***2*** | ***10*** |  |
| 3.1 | Тема 3.1 «Проведение аналитических работ по изучению конкурентов» | 2 | 0,5 |  | 1,5 |  |
| 3.2 | Тема 3.2. «Разработка стратегии продвижения в социальных медиа» | 2 | 0,5 | 0,5 | 1 |  |
| 3.3 | Тема 3.3. «Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа» | 2 | 0,5 | 0,5 | 1 |  |
| 3.4 | Тема 3.4. «Привлечение пользователей в интернет-сообщество» | 2 | 0,25 | 0,5 | 1,25 |  |
| 3.5 | Тема 3.5. «Проведение рекламных кампаний в социальных медиа» | 2 | 0,25 | 0,25 | 1,5 |  |
| 3.6 | Тема 3.6. «Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 3 |  | 0,25 | 1,75 |  |
|  | Промежуточная аттестация | 1 |  |  | 1 | зачет по модулю |
| 4 | ***Модуль 4 «Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | ***14*** | ***2*** | ***2*** | ***10*** |  |
| 4.1 | Тема 4.1. «Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 4 | 1 | 1 | 3 |  |
| 4.2 | Тема 4.2. «Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 4 | 0,5 | 0,5 | 3 |  |
| 4.3 | Тема 4.3. «Анализ трафика на веб-сайт» | 4 | 0,5 | 0,5 | 2 |  |
|  | Промежуточная аттестация | 2 |  |  | 2 | зачет по модулю |
| 5 | ***Модуль 5 «Управление реализацией стратегии интернет-продвижения»*** | ***14*** | ***2*** | ***2*** | ***10*** |  |
| 5.1 | Тема 5.1. «Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | 4 | 0,5 | 0,5 | 3 |  |
| 5.2 | Тема 5.2. «Организация и проведение электронных рассылок» | 4 | 0,5 | 0,5 | 3 |  |
| 5.3 | Тема 5.3. «Корректировка стратегии продвижения» | 3 | 0,5 | 0,5 | 4 |  |
| 5.4 | Тема 5.4. «Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 2 | 0,5 | 0,5 | 3 |  |
|  | Промежуточная аттестация | 1 |  |  | 1 | зачет по модулю |
|  | **Итоговая аттестация** | **2** |  |  |  | **тестирование, защита проекта** |
|  |  | **72** | **10** | **10** | **50** |  |

**7. Учебная (рабочая) программа повышения квалификации «Цифровой маркетинг»**

|  |
| --- |
| ***Модуль 1. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (14 час.)*** |
| **Тема 1.1.** «Проведение аудита веб-сайта» (2 час.)  *Содержание темы*  Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта  Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта  Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта  Функционирование информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Основы гипертекстовой разметки  Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов  Основы оптимизации веб-сайта под требования современных поисковых машин  Особенности функционирования современных поисковых машин  Основы компьютерной грамотности  Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| **Тема 1.2.** «Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (2 час.)  *Содержание темы*  Основы веб-аналитики  Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи  Выявление технических преимуществ веб-сайтов конкурентов  Выявление особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины  Анализ поисковой выдачи  Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи  Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Анализсобранной информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины  Анализ поведения посетителей веб-сайта  Анализ внешних факторов, влияющих на популярность веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Основы гипертекстовой разметки |
| **Тема 1.3.** «Разработка стратегии поискового продвижения» (2 час.)  *Содержание темы*  Составление стратегии поискового продвижения  Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний,используемых при поисковом продвижении  Согласование стратегии поискового продвижения с интернет-маркетологом  Определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче  Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов  Методы обработки текстовой и графической информации |
| **Тема 1.4.** «Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта» (2 час.)  *Содержание темы*  Внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин  Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта  Выявление технических ошибок в работе веб-сайта  Документирование выявленных ошибок в работе веб-сайта  Актуализация информации о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Составление технических заданий для веб-программистов и веб-верстальщиков по внесению изменений в код веб-сайта  Составление технических заданий для написания текстов, размещаемых на веб-сайте |
| **Тема 1.5.** «Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта» (2 час.)  *Содержание темы*  Анализ поведения посетителей веб-сайта  Анализ внешних факторов, влияющих на популярность веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Составление заданий на внесение изменений в веб-сайт с целью улучшения поведенческих факторов  Стандарты верстки веб-сайтов  Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта  Особенности функционирования современных поисковых машин. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин  Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов  Основы веб-дизайна  Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова страницы, описание страницы) |
| **Тема 1.6.** «Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (2 час.)  *Содержание темы*  Составление отчетов по проведенному аудиту  Формулирование предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити) веб-сайта  Выявление маркетинговых преимуществ веб-сайтов конкурентов  Выявление особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на конверсию |
| Промежуточная аттестация |
| ***Модуль 2 «Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (14 час.)*** |
| **Тема 2.1.** «Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов» (4 час.)  *Содержание темы*  Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) веб-сайта и действующих контекстно-медийных кампаний по продвижению вебсайта  Анализ готовности веб-сайта к контекстно-медийным кампаниям и составление аналитической записки  Анализ веб-сайтов и рекламных кампаний конкурентов в системах контекстно-медийной рекламы |
| **Тема 2.2.** «Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании» (4 час.)  *Содержание темы*  Подбор площадок для размещения объявлений  Разработка стратегии мотивации пользователей для возвращения на веб-сайт  Подбор времени показа объявлений  Подбор территории показа объявлений |
| **Тема 2.3.** «Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (3 час.)  *Содержание темы*  Основы копирайтинга и веб-райтинга  Составление технических заданий для веб-программистов и веб-верстальщиков по внесению изменений в код,структуру и содержание веб-сайта  Составление технических заданий для написания текстов, размещаемых на веб-сайте  Составление технических заданий по написанию и редактированию текстов для рекламируемых страниц веб-сайта  Составление технических заданий дизайнеру по подготовке медийного контента для объявлений |
| **Тема 2.4.** «Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»(2 час.)  *Содержание темы*  Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы  Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании  Выявление технических ошибок в работе веб-сайта  Документирование выявления ошибок в работе веб-сайта |
| Промежуточная аттестация |
| ***Модуль 3«Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (14 час.)*** |
| **Тема 3.1** «Проведение аналитических работ по изучению конкурентов» (2 час.)  *Содержание темы*  Алгоритмы анализа информационного поля  Основы управления репутацией  Основы связей с общественностью  Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов  Методы обработки текстовой информации  Анализ и мониторинг информационного поля бренда, личности, организации  Поиск и анализ конкурирующих субъектов, присутствующих в социальных медиа  Составление аналитической записки по проведенному анализу |
| **Тема 3.2.** «Разработка стратегии продвижения в социальных медиа» (2 час.)  *Содержание темы*  Выбор площадок в социальных медиа для продвижения веб-сайта  Составления списка тем в предметной области веб-сайта для обсуждения посетителями площадок и членов интернет-сообществ в социальных медиа  Составление примеров информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа  Составление календарного плана информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа  Составление календарного плана проведения мероприятий в социальных медиа |
| **Тема 3.3.** «Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа» (2 час.)  *Содержание темы*  Составление технических заданий копирайтерам на подготовку текстовых материалов для размещения в социальных медиа  Составление технических заданий дизайнерам на подготовку графических материалов для размещения в социальных медиа  Разработка сценариев видеоматериалов для размещения в социальных медиа и составление технического задания на их съемку |
| **Тема 3.4.** «Привлечение пользователей в интернет-сообщество» (2 час.)  *Содержание темы*  Приемы общения с представителями целевой аудитории с использованием цифровых методов связи  Особенности проведения конкурсов в социальных медиа  Технология опросов в социальных медиа  Осуществление деятельности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", увеличивающей количество пользователейв интернет-сообществе |
| **Тема 3.5.** «Проведение рекламных кампаний в социальных медиа» (2 час.)  *Содержание темы*  Основы рекламы. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа  Подбор рекламных площадок в социальных медиа для заданного вебсайта  Составление медиаплана проведения рекламной кампании  Разработка стратегии таргетирования показа рекламных объявлений  Сегментирование целевой аудиторию рекламной компании  Расчет бюджета на проведение рекламной кампании |
| **Тема 3.6.** «Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (3 час.)  *Содержание темы*  Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из социальных медиа  Анализ показателей эффективности проведения мероприятий по продвижению в социальных медиа  Составление отчетов по результатам работы с социальными медиа |
| Промежуточная аттестация |
| ***Модуль 4 «Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (14 час.)*** |
| **Тема 4.1.** «Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (4 час.)  *Содержание темы*  Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)  Основы бюджетирования маркетинговой деятельности  Система инструментов интернет-маркетинга  Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| **Тема 4.2.** «Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (4 час.)  *Содержание темы*  Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком  Использование профессиональных систем, программ и сервисов для формирования бюджета Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Распределение бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения |
| **Тема 4.3.** «Анализ трафика на веб-сайт» (4 час.)  *Содержание темы*  Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт  Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт  Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт  Интерпретация показателей количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт  Составление документации по проведенному анализу трафика на веб-сайт  Составление алгоритма улучшения качественных показателей трафика  Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) |
| Промежуточная аттестация |
| ***Модуль 5 «Управление реализацией стратегии интернет-продвижения» (14 час.)*** |
| **Тема 5.1.** «Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» (4 час.)  *Содержание темы*  Составление технических заданий на установку кодов счетчиков веб-аналитики на веб-сайт  Составление заданий специалистам на реализацию стратегии продвижения  Контроль реализации стратегии специалистами  Контроль показателей эффективности продвижения, согласованных с заказчиком  Распределение работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Взаимодействие с участниками работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Проверка результатов выполнения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и контролировать их соответствие выданному заданию |
| **Тема 5.2.** «Организация и проведение электронных рассылок» (4 час.)  *Содержание темы*  Составление плана электронных рассылок  Подбор площадки для проведения почтовой рассылки  Составление технического задания на подготовку текста почтовой рассылки  Организация работ по рассылке электронных писем: составление письма, корректировка письма, выбор программы для рассылки, сбор контактов для рассылки, рассылка, сбор результатов по доставленным письмам  Анализ показателей эффективности электронной рассылки  Профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок  Разработка технических заданий на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках  Алгоритмы анализа эффективности проводимых рассылок |
| **Тема 5.3.** «Корректировка стратегии продвижения» (3 час.)  *Содержание темы*  Оперативный сбор информации о результатах реализации стратегии продвижения  Выявление расхождений между текущими и планируемыми показателями продвижения  Выявление причин расхождений между текущими и планируемыми показателями продвижения  Внесение изменений в стратегию продвижения |
| **Тема 5.4.** «Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (2 час.)  *Содержание темы*  Проведение анализа результатов реализации стратегии продвижения  Составление аналитической записки по результатам реализации стратегии продвижения  Составление рекомендаций по реализации стратегии продвижения в последующие периоды времени  Анализ результатов реализации стратегии продвижения  Планирование действия по оптимизации реализации стратегии в будущем  Взаимодействовие с персоналом своей организации и организации заказчика |
| Промежуточная аттестация |

**Описание практико-ориентированных заданий и кейсов**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Номер темы/модуля** | **Наименование практического занятия** | **Описание** |
| ***Модуль 1. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | | | |
| 1.2 | Тема 1.2. «Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи  Выявление технических преимуществ веб-сайтов конкурентов  Выявление особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины |
| 1.3 | Тема 1.3. «Разработка стратегии поискового продвижения» | Разработка стратегии поискового продвижения | Составление стратегии поискового продвижения  Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении |
| 1.4 | Тема 1.4. «Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта» | Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта | Составление технических заданий для веб-программистов и веб-верстальщиков по внесению изменений в код веб-сайта  Составление технических заданий для написания текстов, размещаемых на веб-сайте |
| 1.5 | Тема 1.5. «Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта» | Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта | Анализ поведения посетителей веб-сайта  Анализ внешних факторов, влияющих на популярность веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Составление заданий на внесение изменений в веб-сайт с целью улучшения поведенческих факторов |
| 1.6 | Тема 1.6. «Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из социальных медиа  Составление отчетов по результатам работы с социальными медиа |
| ***Модуль 2 «Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | | | |
| 2.1 | Тема 2.1. «Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов» | Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов | Анализ готовности веб-сайта к контекстно-медийным кампаниям и составление аналитической записки |
| 2.2 | Тема 2.2. «Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании» | Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании | Подбор площадок для размещения объявлений  Подбор времени показа объявлений  Подбор территории показа объявлений |
| 2.3 | Тема 2.3. «Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Составление технических заданий для написания текстов, размещаемых на веб-сайте  Составление технических заданий по написанию и редактированию текстов для рекламируемых страниц веб-сайта |
| 2.4 | Тема 2.4. «Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Выявление технических ошибок в работе веб-сайта  Документирование выявления ошибок в работе веб-сайта |
| ***Модуль 3«Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | | | |
| 3.1 | Тема 3.1 «Проведение аналитических работ по изучению конкурентов» | Проведение аналитических работ по изучению конкурентов | Анализ и мониторинг информационного поля бренда, личности, организации  Поиск и анализ конкурирующих субъектов, присутствующих в социальных медиа  Составление аналитической записки по проведенному анализу |
| 3.2 | Тема 3.2. «Разработка стратегии продвижения в социальных медиа» | Разработка стратегии продвижения в социальных медиа | Составления списка тем в предметной области веб-сайта для обсуждения посетителями площадок и членов интернет-сообществ в социальных медиа  Составление примеров информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа |
| 3.3 | Тема 3.3. «Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа» | Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа | Составление технических заданий копирайтерам на подготовку текстовых материалов для размещения в социальных медиа  Составление технических заданий дизайнерам на подготовку графических материалов для размещения в социальных медиа |
| 3.4 | Тема 3.4. «Привлечение пользователей в интернет-сообщество» | Привлечение пользователей в интернет-сообщество | Проведение конкурсов в социальных медиа  Проведение опросов в социальных медиа |
| 3.5 | Тема 3.5. «Проведение рекламных кампаний в социальных медиа» | Проведение рекламных кампаний в социальных медиа | Составление медиаплана проведения рекламной кампании |
| 3.6 | Тема 3.6. «Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из социальных медиа  Составление отчета по результатам работы с социальными медиа |
| ***Модуль 4 «Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»*** | | | |
| 4.1 | Тема 4.1. «Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| 4.2 | Тема 4.2. «Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Использование профессиональных систем, программ и сервисов для формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| 4.3 | Тема 4.3. «Анализ трафика на веб-сайт» | Анализ трафика на веб-сайт | Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт |
| ***Модуль 5 «Управление реализацией стратегии интернет-продвижения»*** | | | |
| 5.1 | Тема 5.1. «Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» | Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Составление заданий специалистам на реализацию стратегии продвижения |
| 5.2 | Тема 5.2. «Организация и проведение электронных рассылок» | Организация и проведение электронных рассылок» | Составление плана электронных рассылок  Подбор площадки для проведения почтовой рассылки  Составление технического задания на подготовку текста почтовой рассылки |
| 5.3 | Тема 5.3. «Корректировка стратегии продвижения» | Корректировка стратегии продвижения | Выявление расхождений между текущими и планируемыми показателями продвижения  Внесение изменений в стратегию продвижения |
| 5.4 | Тема 5.4. «Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Составление аналитической записки по результатам реализации стратегии продвижения |

**8.Оценочные материалы по образовательной программе**

**8.1. Примеры тестовых заданий для входного и итогового тестирования**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № модуля | Вопросы входного тестирования | Вопросы итогового тестирования |
| 1. | К вам обратился Александр, владелец интернет-магазина, который был разработан 2 недели назад. Его магазин реализует потребительские товары сезонного спроса, и сезон начнётся через 2 месяца. Какой набор инструментов интернет-маркетинга вы его порекомендуете?   1. Контекстную рекламу, рекламу в социальных сетях и крауд-маркетинг 2. SEO (продвижение интернет-магазина) и продвижение сообществ в социальных сетях 3. Оффлайн-рекламу и PR-акцию с освещением в местной газете 4. Контекстную рекламу, продвижение в Google-картах и крауд-маркетинг | К вам обратился Александр, владелец интернет-магазина, который был разработан 2 недели назад. Его магазин реализует потребительские товары сезонного спроса, и сезон начнётся через 2 месяца. Какой набор инструментов интернет-маркетинга вы его порекомендуете?   1. Контекстную рекламу, рекламу в социальных сетях и крауд-маркетинг 2. SEO (продвижение интернет-магазина) и продвижение сообществ в социальных сетях 3. Оффлайн-рекламу и PR-акцию с освещением в местной газете   Контекстную рекламу, продвижение в Google-картах и крауд-маркетинг |
| **2.** | Компания планирует продвижение в сети Интернет и в настоящий момент находится в поиске подрядчика на разработку сайта. Какой инструмент позволит сэкономить деньги и время, с учётом планов продвижения разрабатываемого сайта?   1. Оптимизация сайта на этапе разработки. 2. Оптимизация конверсий на этапе разработки. 3. Настройка контекстной рекламы на этапе разработки сайта. | Компания планирует продвижение в сети Интернет и в настоящий момент находится в поиске подрядчика на разработку сайта. Какой инструмент позволит сэкономить деньги и время, с учётом планов продвижения разрабатываемого сайта?   1. Оптимизация сайта на этапе разработки. 2. Оптимизация конверсий на этапе разработки. 3. Настройка контекстной рекламы на этапе разработки сайта. |

**8.2. описание показателей и критериев оценивания, шкалы оценивания**

Критерии оценивания:

1. Представление выполненных практико-ориентированных заданий по дихотомической шкале – выполнено/не выполнено.

2. Итоговый тест – для успешного прохождения теста необходимо выполнить правильно не менее 75% заданий**.**

**8.3. примеры контрольных заданий для промежуточной аттестации по модулям**

* Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* Использование профессиональных систем, программ и сервисов для формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
* Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт

**8.4. Примеры обучающих задач (кейсов), иныхпрактикоориентированных заданий**

* Составление заданий специалистам на реализацию стратегии продвижения
* Составление плана электронных рассылок
* Подбор площадки для проведения почтовой рассылки
* Составление технического задания на подготовку текста почтовой рассылки
* Выявление расхождений между текущими и планируемыми показателями продвижения
* Внесение изменений в стратегию продвижения
* Составление аналитической записки по результатам реализации стратегии продвижения

**8.5. описание процедуры оценивания результатов обучения.**

Освоение программы повышения квалификации завершается итоговой аттестацией в форме зачета.

Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся.

Итоговая аттестация проводится в целях определения соответствия сформированных компетенций у обучающихся планируемым результатам.

К итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план по программе.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается документ о квалификации: удостоверение о повышении квалификации.

Оценка качества освоения программы повышения квалификации основывается на оценке практико-ориентированных заданий, определенного темой программы, и успешного прохождения итогового теста.

Для входного и итогового тестирования используется идентичный тест, что позволяет наглядно видеть качественное приращение профессиональных компетенций по итогам обучения.

Результаты итоговой аттестации определяются оценкой «зачтено»/«не зачтено» и оформляются зачетной ведомостью.

**9.Организационно-педагогические условия реализации программы**

**9.1. Кадровое обеспечение программы**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Фамилия, имя, отчество (при наличии)** | **Место основной работы и должность, ученая степень и ученое звание (при наличии)** | **Ссылки на веб-страницы с портфолио (при наличии)** | **Фото в формате jpeg** | **Отметка о полученном согласии на обработку персональных данных** |
| 1 | Костылева Анна Андреевна | ФГБОУ ДПО «ИРДПО», проректор по цифровому развитию, к.псих. н. | https://leader-id.ru/358819/ |  | Получено |

**9.2.Учебно-методическое обеспечение и информационное сопровождение**

|  |  |
| --- | --- |
| **Учебно-методические материалы** | |
| Методы, формы и технологии | Методические разработки,  материалы курса, учебная литература |
| лекции, практические занятия, мастерские, деловые игры, тренинги, технологии интерактивного обучения,  кейс-стади, выполнение практико-ориентированных заданий, проектных работ | Маркетинг: учебное пособие <https://tilda.education/courses/marketing/> |

|  |  |
| --- | --- |
| **Информационное сопровождение** | |
| Электронные  образовательные ресурсы | Электронные  информационные ресурсы |
| Интернет-маркетинг с нуля <https://tilda.education/courses/marketing/> | Как составить  семантическое ядро для сайта <https://1ps.ru/courses/kniga-kak-sostavit-semanticheskoe-yadro-dlya-sajta/>https://habr.com/ru/flows/marketing/ |
|  |  |

**9.3.Материально-технические условия реализации программы**

|  |  |
| --- | --- |
| Вид занятий | Наименование оборудования,  программного обеспечения |
| Модуль 1. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет (вебинар) | Программа повышения квалификации реализуется использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Необходимо обеспечить качественный доступ педагогических работников и слушателей к информационно-телекоммуникационной сети Интернет с использованием установленных программно-технических средств для обучающихся и педагогических работников на скорости не ниже 512 Кбит/с.  Должен быть обеспечен порт доступа в сеть Интернет со скоростью не ниже 10 Мбит/с и возможностью установления не менее 20 одновременных сессий по 512 Кбит/с. Услуга подключения к сети Интернет должна предоставляться во время обучения и выполнения заданий без учета объемов потребляемого трафика за исключением перерывов для проведения необходимых ремонтных и профилактических работ.  Требования к скорости доступа в сеть Интернет носят рекомендательный характер и должны соблюдаться в целях беспрепятственного и своевременного освоения обучающимися программы.  Для использования дистанционных образовательных технологий необходимо предоставить каждому обучающемуся и педагогическому работнику свободный доступ к средствам информационных и коммуникационных технологий.  Рабочее место педагогического работника и обучающегося должно быть оборудовано персональным компьютером и компьютерной периферией. |
| Модуль 2. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  (вебинар) |
| Модуль 3 Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  (вебинар) |
| Модуль 4. Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (вебинар) |
| Модуль 5. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения (вебинар) |

УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора ФГБОУ ДПО «ИРДПО»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.В. Безлепкин

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

**III.Паспорт компетенций**

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ

дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации

«Цифровой маркетинг»

Федеральное государственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Институт развития дополнительного профессионального образования»

Программа направлена на формирование профессиональных компетенций цифровой экономики в сфере цифрового маркетинга, то есть разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" :

ПК 1 Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК2. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-

телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 3. Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 4. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Наименование компетенции | **ПК 1. Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** | |
| 2. | Указание типа компетенции | Профессиональная | |
| 3. | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | **Знание**  Функционирования информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".  Основы гипертекстовой разметки  Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов  Особенности функционирования современных поисковых машин и основы оптимизации веб-сайта под требования современных поисковых машин  Внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способы устранения ошибок  Особенности функционирования современных поисковых машин  **Умение**  Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения посетителей веб-сайта  Оценивать поведение посетителей продвигаемого веб-сайта  Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения пользователей в поисковой выдаче  Составлять технические задания для веб-программистов, веб-верстальщиков и других специалистов  Составлять технические задания для составителей текстов  Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию  Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов  **Владение.**  Проведение аудита веб-сайта  Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно телекоммуникационной сети "Интернет"  Разработка стратегии поискового продвижения  Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализ поведения посетителей веб-сайта | |
| 4. | Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням | Уровни сформированности компетенции  обучающегося | Индикаторы |
|  | Начальный уровень  (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.) | Проведение аудита веб-сайта |
|  | Базовый уровень  (Уверенно владеет навыками, способен, проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределён-ности, сложности.) | Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно телекоммуникационной сети "Интернет" |
|  | Продвинутый  (Владеет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.) | Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта и анализ поведения посетителей веб-сайта |
|  | Профессиональный  (Владеет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействую-щими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки  в ситуациях повышенной сложности.) | Обеспечение посредством оптимизации сайта повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| 5. | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности | |
| 6. | Средства и технологии оценки | Практикоориентированные задания и тесты | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Наименование компетенции | **ПК2. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** | |
| 2. | Указание типа компетенции | Профессиональная | |
| 3. | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | **Знание**  Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов  Правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний  Основы деловой коммуникации, в том числе письменной  Особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов  Методы обработки текстовой и графической информации  **Умение**  Составлять технические задания для составителей текстов  Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию  Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов  Составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых дляоптимизации веб-сайта под требования поисковых машин  **Владение**  Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-  сайтов конкурентов  Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-  телекоммуникационной сети "Интернет"  Составление отчетов по реализации контекстно-  медийной стратегии продвижения в информационно-  телекоммуникационной сети "Интернет"  Разработка стратегии проведения контекстно-  медийной кампании | |
| 4. | Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням | Уровни сформированности компетенции  обучающегося | Индикаторы |
|  | Начальный уровень  (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.) | Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-  сайтов конкурентов |
|  | Базовый уровень  (Уверенно владеет навыками, способен, проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределён-ности, сложности.) | Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-  телекоммуникационной сети "Интернет" |
|  | Продвинутый  (Владеет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.) | Составление отчетов по реализации контекстно-  медийной стратегии продвижения в информационно-  телекоммуникационной сети "Интернет" |
|  | Профессиональный  (Владеет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействую-щими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки  в ситуациях повышенной сложности.) | Разработка стратегии проведения контекстно-  медийной кампании |
| 5. | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности | |
| 6. | Средства и технологии оценки | Практикоориентированные задания и тесты | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Наименование компетенции | **ПК3. Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** | |
| 2. | Указание типа компетенции | Профессиональная | |
| 3. | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | **Знание**  Основы гипертекстовой разметки  Правила создания и корректировки текстовых материалов для веб-сайта (правила веб-райтинга)  Основы копирайтинга  **Умение**  Составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых дляоптимизации веб-сайта под требования поисковых машин  Анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта  Анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию  Актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины  **Владение**  Проведение аналитических работ по изучению конкурентов  Разработка стратегии продвижения в социальных медиа  Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа  Привлечение пользователей в интернет-сообщество  Проведение рекламных кампаний в социальных медиа  Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-  телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| 4. | Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням | Уровни сформированности компетенции  обучающегося | Индикаторы |
|  | Начальный уровень  (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.) | Проведение аналитических работ по изучению конкурентов |
|  | Базовый уровень  (Уверенно владеет навыками, способен, проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределён-ности, сложности.) | Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа |
|  | Продвинутый  (Владеет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.) | Проведение рекламных кампаний в социальных медиа |
|  | Профессиональный  (Владеет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействую-щими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки  в ситуациях повышенной сложности.) | Разработка стратегии продвижения в социальных медиа  Привлечение пользователей в интернет-сообщество  Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-  телекоммуникационной сети "Интернет" |
| 5. | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности  Основы веб-дизайна  Основы веб-технологии | |
| 6. | Средства и технологии оценки | Практикоориентированные задания и тесты | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Наименование компетенции | **ПК4. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения** | |
| 2. | Указание типа компетенции | Профессиональная | |
| 3. | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | **Знание**  Правила и методы написания конверсионных текстов  Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использующих различные устройства для выхода в сеть  **Умение**  .Анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта  .Анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию  . Актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины  Выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов  Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины  **Владение**  Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  Организация и проведение электронных рассылок  Корректировка стратегии продвижения  Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| 4. | Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням | Уровни сформированности компетенции  обучающегося | Индикаторы |
|  | Начальный уровень  (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.) | Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет |
|  | Базовый уровень  (Уверенно владеет навыками, способен, проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределён-ности, сложности.) | Организация и проведение электронных рассылок |
|  | Продвинутый  (Владеет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.) | Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
|  | Профессиональный  (Владеет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействую-щими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки  в ситуациях повышенной сложности.) | Корректировка стратегии продвижения  в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет |
| 5. | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности | |
| 6. | Средства и технологии оценки | Практикоориентированные задания и тесты | |

**VI.Иная информация о качестве и востребованности образовательной программы**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Цифровой маркетинг» по итогам институционального конкурса методических материалов заняла первая место в номинации «Кадры для цифровой экономики»

**V.Рекомендаций к программе от работодателей**:

Письмо ректора автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Институт профессиональных квалификаций» от 15.10.2020 г. № 159/20 (прилагается)

Письмо генерального директора закрытого акционерного общества «Институт перерабатывающей промышленности» от 14.10.20 года №23 (прилагается)

**VI.Указание на возможные сценарии профессиональной траектории граждан** по итогам освоения образовательной программы (в соответствии с приложением)