

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Алтайский филиал

Обсуждено и одобрено

на Ученом совете Алтайского филиала
Финуниверситета

Протокол № 31
от «24» ноября 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Алтайского филиала



В.А. Иванова

«24» ноября 2020 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

образовательной программы повышения квалификации
(вид дополнительной профессиональной программы)

«Интернет-маркетинг»

(наименование дополнительной профессиональной программы)

Цель	формирование у слушателей профессиональных компетенций в сфере разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Программа разработана с учетом требований профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» утв. Приказом Минтруда России от 19.02.19 №95н.
Профессиональные компетенции	<u>Уметь:</u> составлять список ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта, расширять и изменять список ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта, размещать тексты на веб-сайте с учетом факторов внутренней поисковой оптимизации, оптимизировать гипертекстовую разметку веб-сайта, оптимизировать метаинформацию страницы, подбирать площадки для размещения информации о продвигаемом вебсайте, оценивать подобранные площадки с точки зрения их соответствия тематике продвигаемого веб-сайта, размещать информацию о продвигаемом веб-сайте на выбранных площадках, оценивать подобранные словосочетания с точки зрения их соответствия тематике веб-сайта, подбирать ключевые слова и словосочетания для показа контекстно-медийных объявлений, оценивать подобранные ключевые слова и словосочетания с точки зрения их соответствия тематике рекламируемого веб-сайта, составлять тексты рекламных объявлений в контекстно-медийной сети, оценивать места размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании, размещать текстовые рекламные объявления в контекстно-медийной системе, размещать медийные рекламные объявления в контекстно-медийной системе, иное, согласно перечню трудовых действий, утвержденных Приказом Минтруда

России от 19.02.19 №95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу».

Владеть: навыками использования программных средств и платформ для подбора и анализа ключевых слов и словосочетаний, анализа полученного списка ключевых слов и словосочетаний с точки зрения соответствия техническому заданию, оформления списка ключевых слов, размещения текстовой и графической информации на страницах вебсайта, редактирования гипертекстовой разметки веб-сайта с использованием систем администрирования, проверки гипертекстовой разметки веб-сайта на соответствие отраслевым стандартам, работы с графическим и текстовым редактором, анализа ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для размещения информации о продвигаемом веб-сайте, выбора разделов и места на страницах партнерских веб-сайтов для размещения информации о продвигаемом веб-сайте, составления текстов, включающих ссылки на продвигаемый веб-сайт для размещения на веб-сайтах партнеров, использования системы размещения контекстно-медийной рекламы, составления рекламных объявлений, привлекательных для целевой аудитории продвигаемого веб-сайта, использования системы размещения контекстно-медийной рекламы, группировки объявления по темам и направлениям, контроля места размещения контекстно-медийной рекламы, анализа рекламных объявлений на соответствие выданному техническому заданию, использования системы размещения контекстно-медийной рекламы, использования специальных профессиональные сервисов для оценки стоимости перехода, анализа изменения стоимости клика по ссылке на рекламируемый веб-сайт во время проведения контекстно-медийной рекламной кампании, иное, согласно перечню трудовых действий, утвержденных Приказом Минтруда России от 10.09.19 №611н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по операциям с недвижимостью».

Знать: виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», программные средства и платформы для подбора ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта, основы компьютерной грамотности, правила реферирования и аннотирования текстов, инструменты сбора и анализа поисковых запросов, основы гипертекстовой разметки, особенности работы систем управления веб-сайтами, особенности функционирования поисковых систем, правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта, правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова страницы, описание страницы), особенности функционирования поисковых систем, основы компьютерной грамотности, правила деловой переписки, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы копирайтинга и веб-райтинга, методы обработки текстовой и графической информации, основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», иное, согласно перечню трудовых действий, утвержденных Приказом

	Минтруда России от 10.09.19 №611н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по операциям с недвижимостью».
Категория слушателей	маркетологи
Срок обучения	18 часов
Форма обучения	очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	4-6 часов в день

* Учебный план разработана с учетом требований профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» утв. Приказом Минтруда России от 19.02.19 №95н.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов трудоемкости	В том числе				Самостоятельная работа	Форм а контр оля
			Аудиторные занятия					
			Всего, часов	из них				
				Лекции	Практические занятия			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	
1.	Введение в Интернет-маркетинг. Характеристика среды Интернет как объекта маркетинговой деятельности	4	4	2	2	-	Тест	
2.	Сущность, характеристика и классификация Интернет-ресурсов как инструментов маркетинга	4	4	2	2	-	Выполнение задания	
3.	Современные технологии продвижения продукции в Интернет: классификация, виды и условия применения	4	4	2	2	-	Выполнение задания	
4.	Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	4	4	2	2	-	-	
5.	Всего:	16	16	8	8	-	2	
6.	Итоговая аттестация в форме тестирования: зачет	2	2	-	-	-	Тест	
7.	Общая трудоемкость программы:	18	18	8	8	-	2	

Методическое сопровождение программы:
Разгон А.В., канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и финансы»

Руководитель программы:

Канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и финансы»



А.В. Разгон