

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

**Институт развития профессиональных
компетенций и квалификаций**

Аннотация

**программы профессиональной переподготовки
«Специалист SEO и SMM» (256 часов)**

Цель программы: приобретение новых компетенций и совершенствование имеющихся необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области SEO и SMM-маркетинга для эффективного продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и социальных медиа.

Категория слушателей:

- предпенсионеры (граждане, старше 50 лет);
- женщины, имеющие детей дошкольного возраста;
- лица, желающие освоить новый вид профессиональной деятельности в области

Форма обучения: Очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

Режим занятий: 4 - 8 часов в день, личный кабинет на СДО, вебинарная комната ИРПКК

Формируемые профессиональные компетенции по результатам обучения слушателей:

- ПК-1 – овладение разработкой стратегии поискового продвижения;

ПК-2 – способность организации коррекции ошибок в работе веб-сайта;

ПК-3 - овладение разработкой стратегии проведения контекстно-медийной кампании;

ПК-4 - способность составления отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

ПК-5 - овладение разработкой стратегии продвижения в социальных медиа;

ПК-6 - способность проведения рекламных кампаний в социальных медиа;

ПК-7 - способность организации и проведения электронных рассылок.

Форма итоговой аттестации: Экзамен.

Выдаваемый документ: слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают диплом о профессиональной переподготовки Финансового университета.

Кадровое обеспечение: Жильцова Ольга Николаевна - к.э.н., доцент Департамента Логистики и маркетинга Финансового университета, Крапивина Наталья Юрьевна –директор Центра современных технологий в образовании Института развития профессиональных компетенций и квалификаций.

В реализации программы принимают участие профессорско-преподавательский состав Финансового университета, квалифицированные практики.

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

**Институт развития профессиональных
компетенций и квалификаций**

Обсуждено и одобрено
на Ученом совете институтов и школ
дополнительного профессионального
образования

Протокол № 12

« 19 » 04 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по дополнительному
профессиональному образованию

Е.А. Диденко

« 19 » 04 2022 г.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы профессиональной переподготовки
«**Специалист SEO и SMM**»

Требования к уровню образования слушателей	лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное или высшее образование
Категория слушателей	<ul style="list-style-type: none"> • предпенсионеры (граждане, старше 50 лет); • женщины, имеющие детей дошкольного возраста; • лица, желающие освоить новый вид профессиональной деятельности в области
Срок обучения	256 часов
Форма обучения	Очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения
Режим занятий	4 - 8 часов в день

№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоемкость		В том числе				Форма контроля
		В зачетных единицах	В часах	Всего*	Аудиторные занятия ¹		Самостоятельная работа ¹	
					Лекции*	Практич. занятия*		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Модуль 1. Развитие интернет-маркетинга		26	20	6	14	6	зачет методом тестирования
2	Модуль 2. SEO как инструмент интернет-маркетинга		82	56	14	42	26	зачет методом тестирования

¹ С возможным применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

	Модуль 3. Маркетинг маркетплейсов		52	34	12	22	18	зачет методом выполнения практической работы
3.	Модуль 4. SMM- маркетинг		92	60	18	42	32	зачет методом выполнения практической работы
	ВСЕГО		252	170	50	120	82	
	Итоговая аттестация		4	4	-	4	-	Экзамен
	Общая трудоемкость программы:	7	256	174	50	124	82	

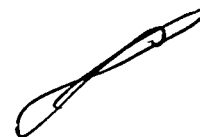
Разработчики программы: Жильцова Ольга Николаевна - к.э.н., доцент Департамента Логистики и маркетинга Финансового университета, Крапивина Наталья Юрьевна – директор Центра современных технологий в образовании Института развития профессиональных компетенций и квалификаций.

В реализации программы принимают участие профессорско-преподавательский состав Финансового университета, квалифицированные практики.

Директор Центра ИРПКК



Т.А. Болтенко



Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
"Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации"
(Финансовый университет)
Институт развития
профессиональных компетенций и квалификаций

Календарный учебный график
программы профессиональной переподготовки
«Специалист SEO и SMM»

Объем программы – 256 час.

Продолжительность обучения – 12 недель

Форма обучения – очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий

Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп. Занятия могут проводиться с каждым слушателем индивидуально.

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей), тем	1 месяц	2 месяц	3 месяц	КР	СР	ПА	ИА	Всего
	Входное тестирование								
1	Модуль 1. Развитие интернет-маркетинга	24			16	6	2		26
2	Модуль 2. SEO как инструмент интернет-маркетинга	60	20		54	26	2		82
3.	Модуль 3. Маркетинг маркетплейсов		50		32	16	2		52
4.	Модуль 4. SMM-маркетинг		15	85	58	32	2		92
5.	Итоговая аттестация			4				4	4
	Итого	84	85	89					256

Директор Центра ИРПКК



Т.А. Болтенко

Рабочие программы модулей учебного курса «Специалист SEO и SMM»

Модуль 1. Развитие интернет-маркетинга

Цель модуля: формирование базовых знаний и умений применять различные наборы инструментов современного цифрового маркетинга; знать структуру построения системы цифрового маркетинга и уметь гибко использовать инструменты digital-маркетинга в процессе организации электронной торговли, а также предлагать способы привлечения потенциальных пользователей с помощью инструментов цифрового маркетинга.

Планируемые образовательные результаты по модулю

В результате освоения модуля слушатели должны:

а) знать:

- понятийный аппарат в области цифрового маркетинга, концепции современного цифрового маркетинга (Digital-маркетинг «DM»);
- факторы цифровой среды маркетинга;
- структуру построения системы цифрового маркетинга;

б) уметь:

- гибко использовать инструменты DM в процессе организации электронной торговли;
- предлагать способы привлечения потенциальных пользователей с помощью инструментов цифрового маркетинга;
- использовать передовой опыт российской практики организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- проводить маркетинговые исследования, согласно поставленным задачам;

в) владеть:

- навыками применения современных инструментов интернет-маркетинга для решения практических задач;
- методами реализации основных маркетинговых функций (принятие решений, исследование, управление, организация и контроль) в Интернете.

Формируемые компетенции:

- ПК-1 – овладение разработкой стратегии поискового продвижения;
- ПК-2 – способность организации коррекции ошибок в работе веб-сайта;
- ПК-3 - овладение разработкой стратегии проведения контекстно-медийной кампании;
- ПК-7 - Организация и проведение электронных рассылок.

**Рабочие программы модулей учебного курса
«Специалист SEO и SMM»
256 часов**

Модуль 1. Развитие интернет-маркетинга

Цель модуля: формирование базовых знаний и умений применять различные наборы инструменты современного цифрового маркетинга; знать структуру построения системы цифрового маркетинга и уметь гибко использовать инструменты digital-маркетинга в процессе организации электронной торговли, а также предлагать способы привлечения потенциальных пользователей с помощью инструментов цифрового маркетинга.

Формируемые компетенции:

ПК-1 – овладение разработкой стратегии поискового продвижения;

ПК-2 – способность организации коррекции ошибок в работе веб-сайта;

ПК-3 - овладение разработкой стратегии проведения контекстно-медийной кампании;

ПК-7 - Организация и проведение электронных рассылок.

ОПК-1 - владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций;

ОПК-2 - способность осуществлять поиск, сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач.

Модуль 2. SEO как инструмент интернет-маркетинга

Цель модуля: формирование навыков владения инструментами SEO-маркетинга на основе технологии проведения маркетинговых исследований в Интернете с целью увеличения конверсии сайта и как итог - развития бизнеса в информационно-коммуникационной сети «Интернет».

Формируемые компетенции:

- **Способность** проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений;

- **Способность** разработки стратегии поискового продвижения;
- **Владение** знаниями о контекстно-медийном поисковом продвижении в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- **Способность** разработки стратегии проведения контекстно-медийной кампании;
- **Владение** различными видами оптимизации сайта на основе его аудита;
- **Способность** в организации коррекции ошибок в работе веб-сайта;
- **Умение** разрабатывать стратегию проведения контекстно-медийной кампании;
- **Умение** составлять отчеты по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Модуль 3. Маркетинг маркетплейсов

Цель модуля: изучение инструментов работы с маркетплейсами для продвижения бизнеса или продуктов.

Формируемые компетенции:

- **Умение** в организации работы на маркетплейсе;
- **Способность** разрабатывать и настраивать кабинет на маркетплейсе
- **Способность** контролировать и формировать ценовую и ассортиментную стратегию.

Модуль 4. SMM-маркетинг

Цель модуля: развитие базовых и профессиональных знаний в познании методики формирования контент-плана smm-маркетинга для малого и среднего бизнеса в целях увеличения результативности интерактивного взаимодействия с целевыми аудиториями покупателей.

Формируемые компетенции:

- **Способность** проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию,

конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений;

- **Способность** разработки стратегии продвижения в социальных медиа;
- **Умение** в проведение рекламных кампаний в социальных медиа;
- **Владение** знаниями о контекстно-медийном поисковом продвижении в социальных медиа.