

№ п/п	Наименование модуля	Трудоемкость		В том числе				Форма контроля
				Контактная работа *			Самостоятельная работа *	
		В зачетных единицах	В часах	Всего часов	из них			
					Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Модуль 1. Цифровизация маркетинга	2	72	26	8	18	46	Зачет в форме тестирования
2	Модуль 2. Современные технологии и сервисы цифрового маркетинга	3	108	62	12	50	46	Экзамен в форме выполнения практического задания
3	Модуль 3. Оценка результативности и эффективности цифрового маркетинга	2	72	36	6	30	36	Зачет с оценкой в форме выполнения практического задания
4	Всего	7	252	124	26	98	128	
5	Итоговая аттестация		4	4		4		Экзамен в форме защиты практического задания (проекта)
6	Общая трудоемкость программы	7	256	128	26	102	128	

Программа разработана Жильцовым Денисом Анатольевичем, к.э.н, доцент, доцент Кафедры логистики Финансового университета при Правительстве РФ; Жильцовой Ольгой Николаевной, к.э.н, доцент, доцент Кафедры логистики Финансового университета при Правительстве РФ.

Занятия по программе профессиональной переподготовки «Цифровой маркетинг» проводят ведущие профессора и доценты Финансового университета, а также приглашенные ведущие специалисты в сфере маркетинга.

* С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
Цифровой маркетинг

№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоем- кость		В том числе				Форма контроля
				Контактная работа *			Самостоятельная работа *	
		В зачетных единицах	В часах	Всего часов*	из них			
					Лекции*	Практические занятия*		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Модуль 1. Цифровизация маркетинга	2	72	26	8	18	46	
	Тема 1.1. Эволюция концепций маркетинга: переход от традиционного к digital		16	4	2	2	12	групповой разбор мини-кейсов
2	Тема 1.2. Введение в Digital-маркетинг. Характеристика сети Интернет как сферы рыночных отношений		18	6	2	4	12	групповой разбор мини-кейсов
3	Тема 1.3. Современные направления и инструменты развития маркетинга		18	8	2	6	10	работа в Интернете
4	Тема 1.4. Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга		18	6	2	4	12	решение и разбор ситуационных задач
5	Промежуточная аттестация		2	2		2		зачет в форме тестирования
6	Модуль 2. Современные технологии и сервисы цифрового маркетинга	3	108	62	12	50	46	
7	Тема 2.1. Поисковая оптимизация и продвижение сайта (SEO)		18	10	2	8	8	решение и разбор ситуационных задач; работа в Интернете
8	Тема 2.2. Разработки кампаний таргетированной рекламы. Яндекс. Директ. Google.Ads		18	10	2	8	8	работа с интернет-сервисами, разбор мини-кейсов

* с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоем- кость		В том числе				Форма контроля
				Контактная работа*			Самостоятельная работа*	
		В зачетных единицах	В часах	Всего часов*	из них			
Лекции*	Практические занятия*							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9	Тема 2.3. Медийная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности.		18	10	2	8	8	работа в Интернете
10	Тема 2.4. Direct-маркетинг. CRM-системы. E-mail-рассылки.		18	10	2	8	8	работа с интернет- сервисами, разбор мини- кейсов
11	Тема 2.5. Маркетинг в социальных сетях (SMM).		18	10	2	8	8	работа с интернет- сервисами, разбор мини- кейсов
12	Тема 2.6. Маркетинг влияния (influencer marketing). Работа с блогерами и лидерами мнений. Мобильный маркетинг.		16	10	2	8	6	групповой разбор мини- кейсов; работа в Интернете
13	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет с оценкой в форме выполнения практического задания
14	Модуль 3. Оценка результативности и эффективности цифрового маркетинга	3	72	36	6	30	36	
15	Тема 3.1. Показатели эффективности digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами.		24	12	2	10	12	решение и разбор ситуационных задач
16	Тема 3.2. Показатели эффективности интернет-рекламы.		24	12	2	10	12	решение и разбор ситуационных задач
17	Тема 3.3. Сервисы оценки результативности и		22	10	2	8	12	работа с интернет- сервисами,

№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоем- кость		В том числе				Форма контроля
				Контактная работа *			Самостоятельная работа *	
		В зачетных единицах	В часах	Всего часов*	из них			
					Лекции*	Практические занятия*		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	эффективности цифрового маркетинга							разбор мини- кейсов
18	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет с оценкой в форме выполнения практического задания
19	Всего	7	252	124	26	98	128	
20	Итоговая аттестация		4	4	-	4	-	Экзамен в форме защиты практического задания (проекта)
21	Общая трудоемкость	7	256	128	26	102	128	

Разработчики программы:

Рожков Илья Вячеславович, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга Финансового университета при Правительстве РФ;

Жильцова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры логистики Финансового университета при Правительстве РФ.

В реализации программы принимают участие эксперты и специалисты органов государственного управления, преподаватели Финансового университета, приглашенные ведущие специалисты в профильной сфере.