

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

Институт цифровых компетенций

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
На Ученом совете институтов и
школ дополнительного
профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию

Протокол от 14.05.2022
№ 13



Е.А. Диденко
25 2022 г.

ПРОГРАММА
профессиональной переподготовки
Цифровой маркетинг

Москва – 2022

Общая характеристика программы

Цель программы профессиональной переподготовки: формирование у слушателей профессиональных компетенций в сфере современных цифровых технологий, применяемых в маркетинговой деятельности, для достижения стратегических и тактических целей организации на основе реализаций требований профессиональных стандартов «Специалист по интернет-маркетингу» и «Маркетинг». Программа дает возможность получить права на ведение нового вида профессиональной деятельности в качестве специалиста по интернет-маркетингу в сфере разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, организаций, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При разработке программы использованы следующие законы РФ, профессиональные и образовательные стандарты:

1. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ", 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 23.04.2018 № 102-ФЗ, вступили в силу со дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 23.04.2018).

2. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ", 20.03.2006, № 12, ст. 1232. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 31.12.2017 № 489-ФЗ, вступают в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 31.12.2017).

3. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н. URL: https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/index.php?ELEMENT_ID=77997.

4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300-1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г., №2-ФЗ) (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ, 15.01.1996, № 3, ст. 140. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 18.04.2018 № 81-ФЗ, вступают в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 18.04.2018).

5. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н URL:<https://classinform.ru/profstandarty/08.035-marketolog.html>

6. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г.

N 512 (с изменениями и дополнениями). URL: <https://classinform.ru/fgos/42.03.01-reclama-i-sviasi-s-obshchestvennostiu.html>.

7. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970.

8. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 952.

Характеристика дополнительной квалификации, трудовых функций и (или) уровней квалификации:

Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу»

Вид профессиональной деятельности: Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, организаций, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Обобщенные трудовые функции, трудовые функции, на реализацию которых направлена программа, входящие в профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу»:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалифика- ции	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
Е	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	5	Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов	Е/01.5	5
			Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании	Е/02.5	5
			Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Е/03.5	5
			Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Е/04.5	5
F	Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной	5	Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	F/01.5	5
			Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация	F/02.5	5
			Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	F/03.5	5

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалифика ции	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
	сети «Интернет»		Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	F/04.5	5
G	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	5	Проведение аналитических работ по изучению конкурентов	G/01.5	5
			Разработка стратегии продвижения в социальных медиа	G/02.5	5
			Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа	G/03.5	5
			Привлечение пользователей в интернет-сообщество	G/04.5	5
			Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	G/05.5	5
			Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	G/06.5	5
H	Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	6	Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	H/01.6	6
			Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	H/02.6	6
			Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	H/03.6	6
I	Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	6	Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	I/01.6	6
			Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	I/02.6	6
			Анализ трафика на веб-сайт	I/03.6	6
J	Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	6	Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	J/01.6	6
			Организация и проведение электронных рассылок	J/02.6	6
			Корректировка стратегии продвижения	J/03.6	6
			Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	J/04.6	6

Характеристика дополнительной квалификации, трудовых функций и (или) уровней квалификации:

Профессиональный стандарт «Маркетолог»

Вид профессиональной деятельности: Организация и управление маркетинговой деятельностью.

Обобщенные трудовые функции, трудовые функции, на реализацию которых направлена программа, входящие в профессиональный стандарт «Маркетолог»:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалифи- кации	наименование	код	уровень (подуров- ень) квалифи- кации
А	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/01.6	6
			Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/02.6	6

Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения программы:

1. способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития цифрового маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды;
2. готовность применять различные методы и инструменты, используемые при планировании, организации и контроле маркетинговых мероприятий в условиях развития цифровой экономики;
3. способность определять инновационные подходы к управлению маркетингом товаров и услуг с применением информационных технологий;
4. способность оценивать эффективность проведенных маркетинговых мероприятий, разрабатывать предложения по их совершенствованию.
5. способность анализировать информацию о современной PR-деятельности организации;
6. способность использовать PR-технологий в организации.

Возможные наименования должностей, профессий лиц, окончивших программу профессиональной переподготовки:

- Интернет-маркетолог
- Специалист по рекламе и маркетингу

- Специалист по оптимизации и продвижению веб-сайтов в поисковых системах
- Менеджер по ведению контекстно-медийной рекламы

Планируемые результаты обучения по программе

По итогам освоения программы слушатели будут:

знать:

- основные современные концепции маркетинга, их существенные черты; современные направления развития комплекса маркетинга;
- основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга;
- маркетинговые функции Интернет-сайтов и характеристику их основных видов;
- подходы, методы, алгоритмы и инструменты оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий в глобальной сети;

уметь:

- обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию в цифровых каналах коммуникации;
- выбирать оптимальные маркетинговые цифровые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет;
- применять знания в области интернет-маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности;
- учитывать поведенческие факторы при проведении мероприятий в сфере продвижения и продажи товаров и услуг;
- определять эффективность разрабатываемых проектов цифрового-маркетинга;

владеть:

- навыками критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности;
- методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов цифрового маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг;
- системным и процессным подходами к организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- методологией расчета показателей эффективности цифрового маркетинга.

Таким образом, по итогам освоения программы у слушателей будет сформировано целостное представление, расширены теоретико-методологические знания и закреплены профессиональные навыки в области цифрового маркетинга с учетом зарубежного и российского опыта.

Программа предлагает современные методики внедрения активных форм обучения в учебный процесс обучающихся, оценки эффективности и результативности образовательного процесса.

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

Институт цифровых компетенций

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
На Ученом совете институтов и
школ дополнительного
профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию

Протокол от 17.05.2022
№ 13



Е.А. Диденко

2022 г.

М.П.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы профессиональной переподготовки
ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Требования к уровню образования слушателей	- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование - владение навыками пользования персональным компьютером или мобильным устройством для выхода в сеть Интернет, информационно-коммуникационными технологиями для взаимодействия в Сети, в том числе офисными приложениями и сервисами для онлайн-работы.
Категории слушателей	Руководители и сотрудники торговых и производственных организаций, лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, федеральные государственные гражданские служащие, административно-управленческий и учебно-вспомогательный персонал организаций, сотрудники коммерческих организаций, незанятое население, граждане старше 50 лет, женщины с детьми до 7 лет, а также заинтересованные лица со средним профессиональным и/или высшим образованием, желающие получить знания в сфере цифрового маркетинга
Срок обучения	256 часа (7 з.е.), 11 недель
Форма обучения	очно-заочная, с применением ЭО и ДОТ
Режим занятий	не более 8 часов в день

№ 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 Рожковым Ильей Вячеславовичем, кандидат экономических наук, доцент, доцент Департамента логистики и маркетинга Финансового университета при Правительстве РФ; Жильцовой Ольгой Николаевной, кандидат экономических наук, доцент, доцент Департамента логистики и маркетинга 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.

Директор
Института цифровых компетенций
« 17 » мая 2022 г.

М.А. Каткова

* С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

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

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
 программы профессиональной переподготовки
Цифровой маркетинг

Объем программы 256 часа (7 з.е.). Продолжительность обучения 11 недель

Форма обучения – очно-заочная с применением ЭО и ДОТ

Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп.

№ п/п	Наименование дисциплины (модулей)	1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя	6 неделя	7 неделя	8 неделя	9 неделя	10 неделя	11 неделя	ПА	КР	СР	ИА	ИТОГО
1	Модуль 1. Цифровизация маркетинга	24	24	24									2	26	46	-	72
2	Модуль 2. Современные технологии и сервисы цифрового маркетинга				24	24	24	24	12				2	62	46	-	108
3	Модуль 3. Оценка результативности и эффективности цифрового маркетинга								12	24	24	12	2	36	36	-	72
5	Итоговая аттестация											4				4	4
6	ВСЕГО	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	16	6	124	128	4	256

Директор
 Института цифровых компетенций
 « 17 » мая 2022 г.



М.А. Каткова

Условные обозначения

ПА	Промежуточная аттестация
ИА	Итоговая аттестация
КР	Контактная работа
СР	Самостоятельная работа