



ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ INSTITUTE OF PROFESSIONAL EDUCATION

119334, г. Москва, ул. Вавилова, д. 5 корп. 3, Тел.: (495) 120-79-01

Общество с ограниченной ответственностью «Институт профессионального образования»
Р/с 40702810238000121279 в ПАО СБЕРБАНК, к/с 30101810400000000225, БИК 044525225

ИНН 7725323890 КПП 772501001 ОКАТО 452965561000 ОКПО 65187765 ОКВЭД 70.22 ОГРН 1167746676910



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор

М.И. Бородина

«30» декабря 2016 г.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки

«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Москва 2016

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Цель реализации программы

Формирование у студентов знаний, умений и навыков применения технологий реализации интернет-маркетинга, использования методов интернет-рекламы, ее инструментария при работе на различных сегментах рынка; базовая подготовка по технологиям маркетинговых исследований в Интернете и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы со специальной литературой и изучения специальных дисциплин.

1.2 Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

а) Область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе «Интернет-маркетинг», включает:

- реализация интернет-маркетинга;
- использование методов интернет-рекламы;
- маркетинговые исследования в Интернете;
- применение технологий маркетинговых исследований в Интернете.

б) Объектами профессиональной деятельности выпускника по профилю подготовки «Интернет-маркетинг» являются:

- реализация интернет-маркетинга;
- использование методов интернет-рекламы;
- маркетинговые исследования в Интернете;
- применение технологий маркетинговых исследований в Интернете.

в) Выпускник должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем ДОП ПП:

- проводить исследование и анализ рынка ИС и ИКТ
- выбирать рациональные ИС и ИКТ-решения для управления бизнесом
- проводить анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ
- организационно-управленческая деятельность: проводить обследование деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий
- управлять контентом предприятия и Интернет-ресурсов, управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)
- использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты деятельности предприятия
- использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления процессами жизненного цикла ИТ-инфраструктуры предприятий
- организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия

- позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет
- защищать права на интеллектуальную собственность
- организовывать управление малыми проектно-внедренческими группами
- выполнять технико-экономическое обоснование проектов по совершенствованию и – регламентацию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия
- проектировать и внедрять компоненты ИТ-инфраструктуры предприятия, обеспечивающие достижение стратегических целей и поддержку бизнес-процессов
- осуществлять планирование и организацию проектной деятельности на основе стандартов управления проектами
- проектировать архитектуру электронного предприятия
- разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и Интернет-ресурсов
- научно-исследовательская деятельность: использовать основные методы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования
- использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования
- готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований
- консультировать заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия
- консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент
- разрабатывать бизнес-планы создания новых бизнесов на основе инноваций в сфере ИКТ
- использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг
- создавать новые бизнесы на основе инноваций в сфере ИКТ.

1.3. Требования к результатам освоения программы

общекультурные компетенции

Индекс	Содержание
ОК-1	способен использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ОК-2	осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
ОК-3	осознает сущность и значение информации в развитии современного общества; владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации
ОК-4	имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
ОК-5	способен работать с информацией из различных источников

профессиональные компетенции:

Индекс	Содержание
ПК-1	проводить исследование и анализ рынка ИС и ИКТ
ПК-2	выбирать рациональные ИС и ИКТ-решения для управления бизнесом
ПК-3	проводить анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ
ПК-4	организационно-управленческая деятельность: проводить обследование деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий
ПК-5	управлять контентом предприятия и Интернет-ресурсов, управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)
ПК-6	использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты деятельности предприятия
ПК-7	использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления процессами жизненного цикла ИТ-инфраструктуры предприятий
ПК-8	организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия
ПК-9	позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет
ПК-10	защищать права на интеллектуальную собственность
ПК-11	организовывать управление малыми проектно-внедренческими группами
ПК-12	выполнять технико-экономическое обоснование проектов по совершенствованию и – регламентацию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия
ПК-13	проектировать и внедрять компоненты ИТ-инфраструктуры предприятия, обеспечивающие достижение стратегических целей и поддержку бизнес-процессов
ПК-14	осуществлять планирование и организацию проектной деятельности на основе стандартов управления проектами
ПК-15	проектировать архитектуру электронного предприятия
ПК-16	разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и Интернет-ресурсов
ПК-17	научно-исследовательская деятельность: использовать основные методы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования
ПК-18	использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования
ПК-19	готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований

ПК-20	консультировать заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия
ПК-21	консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент
ПК-22	разрабатывать бизнес-планы создания новых бизнесов на основе инноваций в сфере ИКТ
ПК-23	использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг
ПК-24	создавать новые бизнесы на основе инноваций в сфере ИКТ

1.4 Требования к уровню подготовки поступающего на обучение, необходимые для освоения программы

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу «Интернет-маркетинг».

Уровень подготовки: высшее образование, среднее профессиональное образование или обучение в учреждениях ВПО и СПО.

1.5 Трудоемкость обучения

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – **512 и 1024 академических часа**, включая все виды учебной работы слушателя.

1.6 Форма обучения

Форма обучения – заочная с применением дистанционных технологий.

1.7 Режим занятий

При любой форме обучения учебная нагрузка устанавливается не более **8 академических часов** в день.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

№	Дисциплина	Форма итогового контроля
1	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ	ТЕСТ
2	БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ	ТЕСТ
3	РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	ТЕСТ
4	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	ТЕСТ
5	WEB-АНАЛИТИКА. GOOGLE ANALYTICS	ТЕСТ
6	WEB-АНАЛИТИКА. ЯНДЕКС-МЕТРИКА	ТЕСТ
7	SEO: ИСКУССТВО РАСКРУТКИ САЙТОВ	ТЕСТ

8	ЯНДЕКС-ДИРЕКТ	ТЕСТ
9	GOOGLE ADWORDS	ТЕСТ
10	МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	ТЕСТ
11	ИТОГОВАЯ РАБОТА	ВКР

2.2. Дисциплинарное содержание программы

№	Дисциплина	Форма итогового контроля
1	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ	ТЕСТ
	Введение в стратегический маркетинг	
	Основное содержание концепции многонационального рынка	
	Товарная политика в стратегическом маркетинге	
	Международная рекламная деятельность по продвижению товара на рынки сбыта	
	Международная система распределения и выход российских предприятий на мировые рынки	
2	БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ	ТЕСТ
	Теоретические основы брендинга	
	Экономическая среда бренда	
	Правовая среда бренда	
	Социально-культурная среда бренда	
	Фирменный стиль как составная часть брендинга	
	Система управления брендами	
	Роль упаковки в брендинге. Брендинг на местах продаж	
3	РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	ТЕСТ
	Рекламные коммуникации. Современный работодатель	
	Схемы взаимодействия рекламных процессов	
	Рекламные агентства	
	Медиа-агентства	
	Коммуникационные средства современной рекламы	
	Виды рекламы	
4	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	ТЕСТ
	Программы и проекты как средства решения управленческих задач	
	Типы и виды проектов	
	Проекты в системе функционального и стратегического менеджмента	
	Окружение проекта	
	Управление отношениями со стейкхолдерами проекта	
	Команда проекта	
	Принятие решений в управлении проектами	
	Управление проектами в условиях неопределенности и риска	
	Составление сметы и бюджета проекта	
	Планирование проекта	
	Организация структуры проекта	
	Управление коммуникациями проекта	
	Контроль и аудит проекта	
	Завершение проекта	
5	WEB-АНАЛИТИКА. GOOGLE ANALYTICS	ТЕСТ
	Начало работы. Как работает Google Analytics	

	Основные метрики и подходы	
	Основные отчеты Google Analytics и работа с данными	
	Анализ эффективности интернет-проекта	
	От теории к практике: кейсы и примеры анализа данных Google Analytics	
6	WEB-АНАЛИТИКА. ЯНДЕКС-МЕТРИКА	ТЕСТ
	Яндекс-метрика: сам себе аналитик	
	Точка отчета: настройки цели и сегмента	
	Эффективность маркетинговых каналов: оптимизация и расходы	
	Кто ваш клиент? Составление портрета пользователя	
	Метрика следит за тобой: оцениваем поведение пользователей на сайте	
7	SEO: ИСКУССТВО РАСКРУТКИ САЙТОВ	ТЕСТ
	Поисковые движки: отражение сознания и отражение коммерции	
	Основы поисковых движков	
	Определение целей вашей поисковой оптимизации и аудитории вашего сайта	
	Первые стадии оптимизации	
	Изучение ключевых слов	
	Разработка дружественного для оптимизации WEB-сайта	
	Создание ссылок контента и ссылочный маркетинг	
	Как соцсети и пользовательские данные влияют на результаты поиска и рейтинга	
8	ЯНДЕКС-ДИРЕКТ	ТЕСТ
	Основы работы с контекстной рекламой	
	Алгоритм создания рекламной компании	
	Яндекс-Директ или Google-Adwords	
	Стратегия рекламной компании для Интернет магазина	
	Максимум целевых действий	
	Оптимизация бюджета	
9	GOOGLE ADWORDS	ТЕСТ
	Как заставить клиента выбрать ваш сайт и купить у вас, а не у вашего конкурента	
	Как построить самопilotируемую маркетинговую машину	
	Как из ничего построить рекламную компанию в Google – правильный путь	
	Организация Вашей рекламной компании: как платить меньше и получать больше кликов	
	Сформируйте списки идеальных ключевых слов, чтобы создать заголовки бьющие в яблочко	
	Как писать объявления, которые притягивают взоры, получают клики и зарабатывают для вас деньги	
	Знание своих показателей — это деньги в банке: как отслеживание конверсий Google подскажет вам, что именно работает	
	Повысить свой CTR в три раза и снизить цену за клик на две трети. Для этого не нужно быть гением	
	Всепобеждающий метод, позаимствованный умнейшими маркетологами мира у братьев Райт	
	Утройте свой трафик при помощи контекстно-медийной сети Google	
	Графические объявления Google: баннерная реклама навсегда! Файл	
	Местная реклама в Google: нехоженое поле. Как розничные торговцы, рестораны и бытовые услуги могут победить «Желтые страницы»	

	Снижение ставок: показатель качества, или Как Google вознаграждает за релевантность. «Как ты думаешь, за какое из них нам поставят выпивку?»	
	Темная сторона Google	
	Google, Вегас и все те, кто живет, играя с системой	
	Ужасная правда о социальных сетях и нерассказанная прекрасная история. Как превратить величайший в мире поглотитель времени в драгоценный ключ к сокровенной сущности ваших клиентов	
	Как использовать силу социальных медиа в ваших рекламных кампаниях в Google	
	Как приручить клиентов. Заработайте максимум на своем рынке, давая клиентам в точности то, что они хотят купить	
	Секрет самых прибыльных рекламных кампаний в мире, которыми часто пренебрегают	
	Как электронная почта превращает эти дорогостоящие клики в надежных, приносящих деньги клиентов	
	Волшебная цифра, определяющая силу вашего сайта	
	Оставаться на высоте: как постоянно опережать конкурентов в Google AdWords	
	Убедительный рекламный текст бьет наверняка. Как чеканить деньги печатным словом	
	Итак, у вас есть отличная машина продаж. И что теперь? Армия продавцов поколения X	
	Как получить высокие позиции в естественном поиске Google	
	Введение в ремаркетинг	
	Страницы адресов Google+: золотая жила для местного бизнеса	
	17 вещей, которых вы не знали о Google	
	Инструменты Google для наилучших результатов в AdWords	
	Ответы на все ваши часто задаваемые вопросы	
	Значительные победы	
10	МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	ТЕСТ
	Комплекс маркетинговых коммуникаций	
	Реклама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций	
	Связи с общественностью	
	Прямой маркетинг. Стимулирование сбыта и продаж	
	Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	
11	ИТОГОВАЯ РАБОТА	ВКР

2. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Занятия проходят в оборудованных аудиториях, с применением современной материально-технической базы: ноутбук (Intel Core i3 (Core i5) 4Gb RAM 500 Gb), проектор (возможностью видеотрансляции, компьютерами), флипчарт с бумагой, доска маркерная, маркеры разных цветов. Консультационная и информационная поддержка слушателей осуществляется службой технической поддержки с помощью электронной почты.

3.2. Педагогические условия

Под педагогическими условиями понимают «совокупность объективных возможностей содержания, форм, методов и материально-пространственной среды, направленных на решение поставленных в педагогике задач».

Процесс обучения включает:

- тестовые испытания, кейсы, деловые игры;
- доступ к базе знаний Института профессионального образования: лекциям, конференциям, семинарам, электронным конспектам, учебным пособиям, статьям экспертов и дополнительной литературе;

Форма обучения – заочная с применением дистанционных технологий

Учебно-методическое обеспечение программы

№	Дисциплина	Учебно-методическое обеспечение
1	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ	Электронный учебник, тест
2	БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ	Электронный учебник, тест
3	РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	Электронный учебник, тест
4	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	Электронный учебник, тест
5	WEB-АНАЛИТИКА. GOOGLE ANALYTICS	Электронный учебник, тест
6	WEB-АНАЛИТИКА. ЯНДЕКС-МЕТРИКА	Электронный учебник, тест
7	SEO: ИСКУССТВО РАСКРУТКИ САЙТОВ	Электронный учебник, тест
8	ЯНДЕКС-ДИРЕКТ	Электронный учебник, тест
9	GOOGLE ADWORDS	Электронный учебник, тест
10	МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	Электронный учебник, тест
11	ИТОГОВАЯ РАБОТА	Методичка по написанию ВКР, темы ВКР

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Качество освоения программ оценивается итоговыми заданиями, подготовленными для каждой дисциплины (в системе СДО).

Итоговая оценка качества освоения дополнительной профессиональной программы проводится в форме подготовки и защиты выпускной квалификационной работы (ВКР).

Итоговая аттестация, завершающая освоение дополнительной профессиональной образовательной программы, является обязательной и проводится в форме защиты письменной итоговой аттестационной работы. Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки слушателей. К итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план. Время, отводимое на подготовку итоговой аттестационной работы, составляет четыре недели. Итоговая аттестационная работа выпускника выполняется по тематике, согласованной с руководителем. Тематика итоговых аттестационных работ направлена на решение профессиональных задач.

Работа должна отражать знание сферы бухгалтерского учета, уровень профессиональной

подготовки, владение профессиональными технологиями, умение разрабатывать новые подходы к решению профессиональных задач. К итоговой аттестационной работе предъявляются следующие общие требования: актуальность, конкретность, реальность, практическое применение, обоснование эффективности предлагаемых решений. В содержании работы должны прослеживаться: логическая последовательность изложения материала; убедительность аргументации; краткость и чёткость формулировок; конкретность изложения результатов работы; доказательность выводов и обоснованность рекомендаций. Содержание итоговой аттестационной работы должно соответствовать названию темы. Итоговая аттестационная работа должна содержать следующие элементы: титульный лист; содержание; введение; главы работы (теоретическая, аналитическая, рекомендательная); заключение; список использованных источников; приложения. Минимальный объем итоговой аттестационной работы без приложений должен составлять не менее 30 страниц.

Общая продолжительность защиты не должна превышать 20 мин., 15 мин. предоставляется слушателю для сообщения содержания итоговой аттестационной работы. После окончания публичной защиты проводится закрытое заседание ИАК. Открытым голосованием, простым большинством голосов определяется оценка. При равном числе голосов, голос председателя решающий. Ведется протокол заседания ИАК, куда вносится решение комиссии о выдаче диплома о профессиональной переподготовке. Протокол подписывается председателем и членами ИАК, участвующими в заседании. В тот же день после оформления протокола заседания ИАК обучающимся объявляются результаты защиты итоговых аттестационных работ.

Защита выпускной квалификационной работы проходит в устной форме очно или очно с использованием аудио-визуальных средств.

5. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

1. Интернет-маркетинг (директ, продвижение, Яндекс, Гугл).
2. Влияние информатизации на стратегию компании.
3. Внедрение маркетинговой информационной системы.
4. Разработка коммуникативной политики организации в Интернете.
5. Разработка и управление event-мероприятиями.
6. Развитие маркетинговой деятельности организации на основе BTL технологий (на конкретном примере).
7. Особенности управления маркетинговой деятельности на основе CRM технологий (на конкретном примере).
8. Разработка программы внедрения системы CRM на предприятии, в организации (на конкретном примере).

9. Совершенствование Интернет-маркетинга в организации, предприятии (на конкретном примере).
10. Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в Интернет среде.
11. Управление и совершенствование работы электронных магазинов (торговли) в организации, предприятии (на конкретном примере).
12. Разработка и совершенствование электронного маркетинга (торговли) на предприятии, в организации (на конкретном примере).
13. Разработка и совершенствование технологий продвижения продукции на основе ивент-маркетинга (событийного маркетинга-менеджмента) на предприятии, в организации (на конкретном примере).