

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)**

**Институт повышения квалификации и переподготовки
руководящих работников и специалистов
(ИПКП)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИПКП


Е. В. Черняев

17 мая 2021 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
(программа повышения квалификации)

**«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»**

по направлению 38.03.02 «Менеджмент»
(очно-заочная форма обучения)

в рамках реализации гранта ОАО «РЖД» по теме:
**«Разработка методики обучения студентов железнодорожных вузов
компетенциям цифровой экономики»**

Санкт-Петербург
2021

ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Дополнительная профессиональная программа (программа профессиональной переподготовки) (далее – Программа) разработана в соответствии

- с Профессиональным стандартом 06.043 Специалист по интернет-маркетингу (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н)
- с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 970 (ФГОС ВО);

и направлена на формирование **профессиональных компетенций**:

ПК-1 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК-2 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК-3 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК-4 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК-5– Анализ трафика на веб-сайт;

Имеющаяся квалификация (требования к слушателям): преподаватели, руководители и специалисты, имеющие высшее образование – бакалавриат, специалитет, магистратура.

Описание перечня общепрофессиональных и профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения:

Код	Виды деятельности и профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
ВД 1 Организационно-управленческая деятельность				
ПК-1	<i>Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Проведение исследований веб-сайтов конкурентов Проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов	Проводить аудит веб-сайтов конкурентов Составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям Применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Основы маркетинговых исследований Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы) Психология цвета Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта
ПК-2	<i>Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Исследование поведения посетителей веб-сайта Выявление и составление списка конкурирующих веб-	Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-	Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Основы потребительского поведения Актуальная на момент исследования

Код	Виды деятельности и профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
		сайтов Составление аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах	сайта Составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа	аналитическая информация по демографии Основные поведенческие факторы Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте
ПК-3	<i>Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Анализ тенденции изменения спроса Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин	Использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Алгоритмы формирования потребительского спроса
ПК-4	<i>Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Составлять систему показателей эффективности продвижения Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Основы предпринимательской деятельности Основы маркетинга Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) Основы бюджетирования маркетинговой деятельности Система инструментов интернет-маркетинга Проектирование веб-сайтов Основы веб-дизайна Основы гипертекстовой разметки Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин Основы эргономичности (юзабилити) веб-

Код	Виды деятельности и профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
				сайтов Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем Особенности функционирования современных социальных медиа
ПК-5	<i>Анализ трафика на веб-сайт</i>	Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт	Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт Составлять документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт Составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) Особенности функционирования современных веб-аналитических систем Основы потребительского поведения Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№	Наименование учебного курса	Трудоемкость, час	В том числе					Форма контроля
			Аудиторные занятия (Ауд.)	В том числе		Самостоятельная работа (СР)	Контроль (промежуточная аттестация)	
				Лекции (Л)	Практические занятия (ПЗ)			
1	<i>Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	13	2	1	1	10	1	Зачет
2	<i>Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	14	3	1	2	10	1	
3	<i>Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	14	3	1	2	10	1	
4	<i>Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	14	3	1	2	10	1	
5	<i>Анализ трафика на веб-сайт</i>	14	1		1	12	1	
	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	3					3	Зачет
Итого		72	12	4	8	52	8	

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ КУРСОВ

1. Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин

Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта

Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы)

2. Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Основные поведенческие факторы

Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте

3. Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Алгоритмы формирования потребительского спроса

4. Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Система инструментов интернет-маркетинга

Проектирование веб-сайтов

Основы веб-дизайна

Основы гипертекстовой разметки

Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин

Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем

Особенности функционирования современных социальных медиа

5. Анализ трафика на веб-сайт

Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)

Особенности функционирования современных веб-аналитических систем

ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ: оценка уровня освоения программы.

Результаты (освоенные компетенции)	Должен получить практический опыт	Виды занятий	Должен уметь	Виды занятий	Должен знать	Темы и виды занятий
<p><i>ПК-1 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i></p>	<p>Проведение исследований веб-сайтов конкурентов Проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов</p>	<p>СР</p>	<p>Проводить аудит веб-сайтов конкурентов Составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям Применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>ПЗ, СР</p>	<p>Основы маркетинговых исследований Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова и словосочетания)</p>	<p>Тема 1 Л, СР</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Должен получить практический опыт	Виды занятий	Должен уметь	Виды занятий	Должен знать	Темы и виды занятий
					страницы, описание страницы) Психология цвета Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта	
<i>ПК-2 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Исследование поведения посетителей веб-сайта Выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов Составление аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах	СР	Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта Составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа	ПЗ, СР	Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Основы потребительского поведения Актуальная на момент исследования аналитическая информация по демографии Основные поведенческие факторы Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте	Тема 2 Л, СР
<i>ПК-3 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Анализ тенденции изменения	СР	Использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПЗ, СР	Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы	Тема 3 Л, СР

Результаты (освоенные компетенции)	Должен получить практический опыт	Виды занятий	Должен уметь	Виды занятий	Должен знать	Темы и виды занятий
	спроса Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин		Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Алгоритмы формирования потребительского спроса	
<i>ПК-4 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	СР	Составлять систему показателей эффективности продвижения Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	ПЗ, СР	Основы предпринимательской деятельности Основы маркетинга Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) Основы бюджетирования маркетинговой деятельности Система инструментов интернет-маркетинга Проектирование веб-сайтов Основы веб-дизайна Основы гипертекстовой разметки Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем Особенности функционирования современных социальных медиа	Тема 4 Л, СР

Результаты (освоенные компетенции)	Должен получить практический опыт	Виды занятий	Должен уметь	Виды занятий	Должен знать	Темы и виды занятий
<i>ПК-5 Анализ трафика на веб-сайт</i>	Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт	СР	Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт Составлять документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт Составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	ПЗ, СР	принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) Особенности функционирования современных веб-аналитических систем Основы потребительского поведения Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов	Тема 5 Л, СР

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

1. Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса

К реализации программы привлекаются педагогические работники квалификация которых соответствует ЕДИНОМУ КВАЛИФИКАЦИОННОМУ СПРАВОЧНИКУ ДОЛЖНОСТЕЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ, СПЕЦИАЛИСТОВ И СЛУЖАЩИХ, раздел "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования» утвержденным Приказом Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 N 1н.

Высшее образование - специалитет, магистратура, аспирантура, направленность (профиль) которого, как правило, соответствует преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Дополнительное профессиональное образование на базе высшего образования (специалитета, магистратуры, аспирантуры) - профессиональная переподготовка, направленность (профиль) которой соответствует преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Педагогические работники обязаны проходить в установленном законодательством Российской Федерации порядке обучение и проверку знаний и навыков в области охраны труда.

Рекомендуется обучение по дополнительным профессиональным программам по профилю педагогической деятельности не реже чем один раз в три года.

При несоответствии направленности (профиля) образования преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю) - опыт работы в области профессиональной деятельности, осваиваемой обучающимися или соответствующей преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Стаж научно-педагогической работы не менее трех лет.

При наличии ученого звания - без предъявления требований к стажу работы.

Систематические занятия научной, методической, художественно-творческой или иной практической деятельностью, соответствующей направленности (профилю) образовательной программы и (или) преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

2. Требования к материально-техническим условиям

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом по Программе и соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Она содержит специальные помещения: учебные аудитории для проведения лекций, практических занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы,

итоговой аттестации (в соответствии с утвержденным расписанием учебных занятий).

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

3. Требования к информационным и учебно-методическим условиям

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по Программе:

- технические средства (компьютер/ноутбук, проектор/интерактивная доска);
- методы обучения с использованием информационных технологий (демонстрация мультимедийных материалов);
- использование электронных ресурсов.

Программа обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (Операционная система Windows, MS Office Операционная система Windows) установленного на технических средствах, размещенных в специальных помещениях и помещениях для самостоятельной работы в соответствии с утвержденным расписанием учебных занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы. Перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем приведены в Паспортах аудиторий/помещений.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения Программы:

- 1 Личный кабинет обучающегося и электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sdo.pgups.ru/> (для доступа к полнотекстовым документам требуется авторизация).
- 2 Электронная библиотека ЮРАЙТ. Режим доступа: <https://urait.ru/> (для доступа к полнотекстовым документам требуется авторизация).
- 3 Электронная библиотека «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». Режим доступа: <http://window.edu.ru>. – свободный.
- 4 Консультант плюс. Правовой сервер [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный. — Загл. с экрана.
- 5 Docs.cntd.ru, все Кодексы РФ, СП, ГОСТ, СНИП, Санпин, регламенты, указы, законы – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/>

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативно-

правовой документации и других изданий, необходимых для освоения Программы

Перечень основной учебной литературы

1. Бессмертный, И. А. Интеллектуальные системы : учебник и практикум для вузов / И. А. Бессмертный, А. Б. Нугуманова, А. В. Платонов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01042-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451101> (дата обращения: 21.12.2020).
2. Загорулько, Ю. А. Искусственный интеллект. Инженерия знаний : учебное пособие для вузов / Ю. А. Загорулько, Г. Б. Загорулько. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 93 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07198-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455500> (дата обращения: 21.12.2020).
3. Осипенков, Я. Google Analytics для гооглят: Практическое руководство по веб-аналитике. Издание 2, июль 2018. Текст : электронный // Яков Осипенков [сайт]— 666 с.: ил. — URL: https://osipenkov.ru/books/GA-googlyat/Google_Analytics_dlya_googlyat_izd2_2018.pdf
4. Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.] ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13476-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468187> (дата обращения: 21.12.2020).
5. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13619-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466115> (дата обращения: 21.12.2020).

Перечень дополнительной учебной литературы

- 1 Горелов, Н. А. Развитие информационного общества: цифровая экономика : учебное пособие для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10039-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454668> (дата обращения: 21.12.2020).
- 2 Потапов А.С. Технологии искусственного интеллекта [Электронный ресурс] : учебное пособие – СПб: СПбГУ ИТМО, 2010. – 218 с. – Режим доступа: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/655.pdf>
- 3 Станкевич, Л. А. Интеллектуальные системы и технологии : учебник и практикум для вузов / Л. А. Станкевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02126-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450773> (дата обращения: 21.12.2020).

Регистрация для доступа к материалам электронно-библиотечной системы <http://urait.ru/> осуществляется на компьютерах с IP-адресом ФГБОУ ВО ПГУПС

Перечень нормативно-правовой документации

- 1 Программа "Цифровая экономика Российской Федерации". Утв. распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. N 1632-р. - Режим доступа: <http://www.inform22.ru/about/documents/doc-tsifrovaya.php>
- 2 Концепция развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 г. Утв. распоряжением Правительства РФ от 19 августа 2020 г. № 2129-р. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202008260005>

4. Общие требования к организации образовательного процесса

Форма обучения: заочная.

Объем (трудоемкость) Программы:

объем программы **72 акад.** часа, в том числе:

12 часа – аудиторная работа.

52 часов – самостоятельная работа.

8 часов – контроль.

Срок освоения Программы: 19 дней

Режим занятий:

Аудиторные занятия - не более 6 академических часов аудиторных занятий в день.

Самостоятельная работа организуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; контактная работа проводится с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Порядком реализации дополнительных профессиональных программ с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Институте повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов.

Консультационная помощь обучающимся организуется с использованием личного кабинета обучающегося и электронной информационно-образовательной среды.

Слушателям Программы, выполнившим её в полном объеме и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Оценка качества освоения Программы осуществляется в соответствии с Порядком проведения оценки качества реализации дополнительных профессиональных программ в Институте повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов.

ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Текущая аттестация учитывает активность слушателя (посещение занятий, участие в обсуждении вопросов при аудиторных занятиях (в форме веб конференций)).

Промежуточная аттестация – зачет по дисциплинам, предусмотренным

учебным планом.

Освоение Программы завершается итоговой аттестацией обучающихся в форме зачета, который проходит в формате итогового компьютерного тестирования.

Паспорт комплекта оценочных средств

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки
<i>ПК-1 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Основы маркетинговых исследований Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы) Психология цвета Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта	Правильность ответов на контрольные вопросы промежуточной и итоговой аттестации
<i>ПК-2 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Основы потребительского поведения Актуальная на момент исследования аналитическая информация по демографии Основные поведенческие факторы Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте	Правильность ответов на контрольные вопросы промежуточной и итоговой аттестации

<p><i>ПК-3 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i></p>	<p>Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Алгоритмы формирования потребительского спроса</p>	<p>Правильность ответов на контрольные вопросы промежуточной и итоговой аттестации</p>
<p><i>ПК-4 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i></p>	<p>Основы предпринимательской деятельности Основы маркетинга Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) Основы бюджетирования маркетинговой деятельности Система инструментов интернет-маркетинга Проектирование веб-сайтов Основы веб-дизайна Основы гипертекстовой разметки Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем Особенности функционирования современных социальных медиа</p>	<p>Правильность ответов на контрольные вопросы промежуточной и итоговой аттестации</p>
<p><i>ПК-5 Анализ трафика на веб-сайт</i></p>	<p>принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) Особенности функционирования современных веб-аналитических систем Основы потребительского поведения Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов</p>	<p>Правильность ответов на контрольные вопросы промежуточной и итоговой аттестации</p>

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Получение зачета состоит в прохождении лекций и тестов как элементов ЭИОС по всем модулям (разделам), а также в выполнении иных заданий, оцениваемых преподавателем (при их наличии). Зачет проставляется преподавателем по результатам прохождения обучающимся элементов ЭИОС.

По тестовым вопросам формируются отдельные тестовые задания. В каждом задании не менее 10 вопросов.

Критерий оценки по пятибалльной шкале:

«Отлично»: 100 – 85 % правильных ответов;

«Хорошо»: 84 – 75 % правильных ответов;

«Удовлетворительно»: 74-60 % правильных ответов.

Критерий оценки по шкале «зачтено – не зачтено»:
«Зачтено»: 100 – 60 % правильных ответов;
«Не зачтено»: 59 – 0 % правильных ответов.

Форма контроля	Критерии оценки
Тест	60 и более % правильных ответов
Лекции	60 и более % правильных ответов

Если преподаватель считает результат выполнения заданий ЭИОС неудовлетворительным или недостаточным, предусмотрена сдача зачета по представленным ниже вопросам в форме веб конференции в режиме реального времени.

Тесты и задания для текущей, промежуточной и итоговой аттестации размещены в ЭИОС ПГУПС <http://sdo.pgups.ru>.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Тесты и задания для самоконтроля и промежуточной аттестации размещены на сайте <http://sdo.pgups.ru>.

ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Тесты и задания для самоконтроля и подготовки к итоговой аттестации размещены на сайте <http://sdo.pgups.ru>.

Перечень вопросов для зачета (итоговая аттестация)

1. Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
2. Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
3. Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
4. Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
5. Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин
6. Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта
7. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы)
8. Аудит веб-сайтов конкурентов

9. Инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
10. Проведение исследований веб-сайтов конкурентов
11. Основные поведенческие факторы
12. Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
13. Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте
14. Анализ поведения посетителей веб-сайта
15. Методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта
16. Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
17. Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
18. Алгоритмы формирования потребительского спроса
19. Инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса
20. Составление алгоритмов анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
21. Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
22. Анализ тенденции изменения спроса
23. Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
24. Система инструментов интернет-маркетинга
25. Проектирование веб-сайтов
26. Основы веб-дизайна
27. Основы гипертекстовой разметки
28. Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин
29. Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем
30. Особенности функционирования современных социальных медиа
31. Составление системы показателей эффективности продвижения
32. Анализ соответствия выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации
33. Обоснование выбора каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке
34. Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
35. Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
36. Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

37. Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)

38. Особенности функционирования современных веб-аналитических систем

39. Интерпретация показателей количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт

40. Составление документации по проведенному анализу трафика на веб-сайт

41. Составление алгоритмов улучшения качественных показателей трафика

42. Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт

43. Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт

44. Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт

Условия подготовки ответов на вопросы:

1. Продолжительность подготовки к ответу на два вопроса – не более 25 минут.

2. Продолжительность собеседования со слушателем – не более 10 минут.

3. Можно воспользоваться основной и дополнительной учебной литературой, нормативно-правовой документацией и другими изданиями, необходимыми для освоения Программы, вычислительной техникой.

Разработчик программы

Ст. преподаватель кафедры
«Менеджмент и маркетинг»

14 мая 2021 г.



Н.Е. Коклева

СОГЛАСОВАНО

Руководитель Центра ИПКП

14 мая 2021 г.



Н.Е. Коклева