

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



май 2021 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
(программа повышения квалификации)

**«ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ»**

по направлению 38.03.02 «Менеджмент»
(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 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

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>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-сайтов Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем Особенности функционирования современных социальных медиа

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>Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</i>	68	6	2	4	58	4	Зачет
	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	4					4	Зачет
Итого		72	6	3	3	58	8	

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№	Наименование учебного курса	д1		д2		д3		д4		д5		д6		д7		д8		д9		д10		д11		д12		д13		д14		д15		д16		д17		д18		д19		д20								
		Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР	Ауд.	СР			
1	Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности производства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	2	2	4	2		2		2		2		2		2		2		2		2		4		4		4		4		4		4		4		4		4		2	4	8	58	4	68	
6	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ																																							4	0	0	4	4				
	Всего часов	4	2	2	4	0	0	2	0	0	2	0	0	2	0	0	2	0	0	2	0	0	2	0	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0	2	8	8	58	8	72
				6		6		2		2		2		2		2		2		2		2		4		4		4		4		4		4		4		4		4		#			72			

Д – день, Ауд. – аудиторные часы, СР – часы самостоятельной работы

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ КУРСОВ

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

1. Автоворонка
2. Источники трафика
3. Лид магнит. Исследование привлекательности лид-магнитов
4. Tripwire
5. Продажа основного продукта
6. Инструменты для SMM. Рекламе ВКонтакте Facebook Instagram
7. Яндекс.Директ. Google Ads
8. Таргетинг. Ремаркетинг
9. SEO инструменты
10. Тизерные сети
11. Партнерские сети
12. Контекстная реклама
13. Рассылки
14. Торговые агрегаторы и маркетплейсы
15. Отзывы рекомендации
16. Опросники
17. CRM

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
<i>ПК-3 Анализ трафика на веб-сайт</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	<p>Основы предпринимательской деятельности</p> <p>Основы маркетинга</p> <p>Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)</p> <p>Основы бюджетирования маркетинговой деятельности</p> <p>Система инструментов интернет-маркетинга</p> <p>Проектирование веб-сайтов</p> <p>Основы веб-дизайна</p> <p>Основы гипертекстовой разметки</p> <p>Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин</p> <p>Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов</p> <p>Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем</p> <p>Особенности функционирования современных социальных медиа</p>	Тема 1 Л, ПЗ, 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/>
- СЕРВИСЫ:**
Таргетинг <https://церебро.рф/> <https://targethunter.ru/>

- target.ru/ <http://pepper.ninja/>
- 6 инструменты для SMM <https://kuku.io/> <https://smmplanner.com/>
<https://smmbox.com/> <https://tooligram.com/>
- 7 SEO инструменты <https://seranking.ru/> <https://tools.pixelplus.ru/>
<https://ru.semrush.com/> <https://pr-cy.ru/> <https://ru.majestic.com/>
<https://promopult.ru/>
- 8 Тизерные сети <https://bymyads.com/> <https://propellerads.com/>
<https://teasernet.com/> <https://www.mgid.com/> <https://target.my.com/>
- 9 Партнерские сети <https://metacpa.ru/> <https://www.admitad.com/>
<https://actionpay.net/>
- 10 Контекстная реклама <https://direct.yandex.ru/> <https://ads.google.com/>
<https://elama.ru/>
- 11 Рассылки <https://senler.ru/> <https://www.getresponse.ru/> <https://sendpulse.com/>
<https://www.unisender.com/>
- 12 Торговые агрегаторы и маркетплейсы <https://price.ru/> <https://www.blizko.ru/>
<https://tiu.ru/> <https://www.pulscen.ru/> <https://www.advantshop.net/>
<https://market.yandex.ru/> <https://www.wildberries.ru/> <https://www.avito.ru/>
- 13 Отзывы рекомендации <http://irecommend.ru> <http://otzovik.com> <http://zoon.ru>
<http://apoi.ru> <http://pravogolosa.net> <http://flamp.ru>
- 14 Опросники <https://www.survio.com/> <https://www.marquiz.ru/> <https://quizgo.ru/>
- 15 CRM <https://www.bitrix24.ru/> <https://www.amocrm.ru/>
- 16 Ремаркетинг <https://direct.yandex.ru/> <https://ads.google.com/>
<https://target.my.com/> <https://tagmanager.google.com/>

Перечень основной учебной литературы

1. Энциклопедия поискового продвижения Ingate. Издание 2-е. — ИП Андросов, 2017. — 541 с.: ил. — URL: <https://cloud.mail.ru/public/jsBE/Ak2N1un6r>
2. Осипенков, Я. Google Analytics для гуглят: 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
3. 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).
 Регистрация для доступа к материалам электронно-библиотечной системы <http://urait.ru/> осуществляется на компьютерах с IP-адресом ФГБОУ ВО ПГУПС

Перечень дополнительных источников

- 1 Использование инструментов конкурентной разведки для повышения результативности инновационной деятельности компании — URL: <https://cloud.mail.ru/public/8giY/kpuYRLeTR>
- 2 КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА — URL: <https://cloud.mail.ru/public/95FN/xGWJJ3zN9>

4. Общие требования к организации образовательного процесса

Форма обучения: заочная.

Объем (трудоемкость) Программы:

объем программы 72 акад. часа, в том числе:

6 часов – аудиторная работа.

58 часов – самостоятельная работа.

8 часов – контроль.

Срок освоения Программы: 20 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 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в</i>	Основы предпринимательской деятельности Основы маркетинга Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой	Правильность ответов на контрольные вопросы промежуточной и

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки
информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	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	итоговой аттестации

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Получение зачета состоит в прохождении 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 с вопросами закрытого типа 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.

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>.

Итоговая аттестация представляет собой развернутый ответ с конкретными примерами на два вопроса из перечня вопросов для итоговой аттестации.

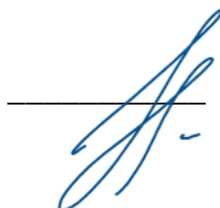
Перечень вопросов для зачета (итоговая аттестация)

1. Автоворонка
2. Источники трафика
3. Лид магнит. Исследование привлекательности лид-магнитов
4. Tripwire
5. Продажа основного продукта
6. Инструменты для SMM. Рекламе ВКонтакте Facebook Instagram
7. Яндекс.Директ. Google Ads
8. Таргетинг. Ремаркетинг
9. SEO инструменты
10. Тизерные сети
11. Партнерские сети
12. Контекстная реклама
13. Рассылки
14. Торговые агрегаторы и маркетплейсы
15. Отзывы рекомендации
16. Опросники
17. CRM

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