**Профессиональные компетенции выпускника**

**и индикаторы их достижения**

**Направление подготовки бакалавров**

**38.03.02 «Менеджмент»**

**Профиль «Маркетинг»**

|  | **Формулировка из профстандарта****(Необходимые знания, Необходимые умения,** **Трудовые действия)** | **Индикаторы ОПОП: Знает (1) Умеет (2)** **Владеет/Владеет навыками/опыт детальности (3)** | **Дисциплины** |
| --- | --- | --- | --- |
| **ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ** |
| **Необходимые знания (1)** | Гражданское законодательство Российской Федерации | УК-2.1.1Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. | Правовое обеспечение профессиональной деятельностиОсновы проектной деятельностиМаркетинговые коммуникацииЦенообразование в маркетингеОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИСтратегический менеджмент и маркетинг |
| Маркетинговые технологии | ПК-1.1.1Знает маркетинговые технологии | Маркетинг СМИСовременные маркетинговые технологииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в Интернет |
| Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации | ПК-1.1.2Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации | Маркетинговые исследованияИнформационные технологии в маркетингеДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовУправление конкурентоспособностью организацииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в Интернет |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | ПК-1.1.3 Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | Предпринимательская деятельностьСтратегический менеджмент и маркетингДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности  | УК-8.1.1Знает классификацию и источников чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причин, признаков и последствий опасностей, способов защиты от чрезвычайных ситуаций; принципов организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации | Безопасность жизнедеятельности |
| **Необходимые умения (2)** | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты | ПОВТОРПК-2.2.1Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты | Основы логистикиОсновы веб-разработкиОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИИнформационные технологии в маркетингеЦифровой маркетингДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в ИнтернетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| ПК-1.2.1Умеет использовать специализированные программные продукты | Информационные технологии в маркетинге |
| Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа | ПК-1.2.2Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа | Предпринимательская деятельностьОсновы логистикиМаркетинговые исследованияОсновы Интернет-маркетингаИнформационные технологии в маркетингеЦифровой маркетингПоведение потребителейДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовУправление конкурентоспособностью организацииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) | ПК-1.2.3Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) | Предпринимательская деятельностьСовременные маркетинговые технологииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в ИнтернетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров | ПК-1.2.4Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров | Предпринимательская деятельность |
| Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей | ПК-1.2.5Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ  | Предпринимательская деятельностьМаркетинг СМИПоведение потребителейДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовУправление конкурентоспособностью организации |
| Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования | ПК-1.2.6Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований | Предпринимательская деятельностьМаркетинговые исследованияОсновы Интернет-маркетинга |
| ПК-1.2.7Умеет проводить презентацию результатов маркетингового исследования | Маркетинговые исследованияСовременные маркетинговые технологии |
| **Трудовые** **действия (3)** | Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ | ПК-1.3.1 Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ | Маркетинг СМИИнформационно-аналитическая практикаТехнологическая (проектно-технологическая) практика |
| Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | ПК-1.3.2 Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы. | Маркетинговые исследованияИнформационно-аналитическая практика |
| ПК-1.3.3 Владеет навыками предоставления информации и оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в Интернет |
| Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | ПК-1.3.4Владеет навыками по составлению, заключению, контролю выполнения и приемке результатов договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ |
| Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ | ПК-1.3.5Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ | Предпринимательская деятельностьРекламная деятельностьТехнологическая (проектно-технологическая) практика |
| Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ | ПК-1.3.6Владеет методами определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ | Маркетинговые исследованияБренд-менеджментТехнологическая (проектно-технологическая) практика |
| **ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ** |
| **Необходимые знания (1)** | Гражданское законодательство Российской Федерации  | ПОВТОР УК-2.1.1Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. | Правовое обеспечение профессиональной деятельностиОсновы проектной деятельностиМаркетинговые коммуникацииЦенообразование в маркетингеОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИСтратегический менеджмент и маркетинг |
| Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж | ПК-2.1.1Знает организацию системы сбыта и товародвижения  | Предпринимательская деятельностьОсновы логистики |
| ПК-2.1.2Знает основы планирования оптовых продаж | Предпринимательская деятельность |
| ПК-2.1.3Знает основы планирования розничных продаж | Предпринимательская деятельность |
| Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента | ПОВТОРПК-1.1.1Знает маркетинговые технологии  | Маркетинг СМИСовременные маркетинговые технологииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в Интернет |
| ПК-2.1.4Знает технологии бренд-менеджмента | Бренд-менеджмент |
| Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов | ПК-2.1.5Знает технологии сегментирования рынка  | Рекламная деятельностьДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовУправление конкурентоспособностью организации |
| ПК-2.1.6Знает технологии позиционирования продуктов и компаний | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовУправление конкурентоспособностью организации |
| ПК-2.1.7Знает технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовУправление конкурентоспособностью организации |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность | ПОВТОР ПК-1.1.3 Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | Предпринимательская деятельностьСтратегический менеджмент и маркетингДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок  | ПОВТОР УК-8.1.1Знает классификацию и источников чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причин, признаков и последствий опасностей, способов защиты от чрезвычайных ситуаций; принципов организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации | Безопасность жизнедеятельности |
| **Необходимые умения (2)** | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты | ПК-2.2.1Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии  | Основы логистикиОсновы веб-разработкиОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИИнформационные технологии в маркетингеЦифровой маркетингДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в ИнтернетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| ПОВТОРПК-1.2.1Умеет использовать специализированные программные продукты | Информационные технологии в маркетинге |
| Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга | ПК-2.2.2Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга | Ценообразование в маркетингеСтратегический менеджмент и маркетингБренд-менеджмент |
| Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций | ПК-2.2.3Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций | Маркетинговые коммуникацииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в Интернет |
| Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение | ПК-2.2.4Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение | Маркетинговые коммуникацииЦенообразование в маркетинге |
| **Трудовые** **действия (3)** | Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий | ПК-2.3.1 Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий | Маркетинговые коммуникацииСтратегический менеджмент и маркетинг |
| Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации | ПК-2.3.2Владеет навыками по выбору маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации и методиками их применения  | Современные маркетинговые технологииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в ИнтернетИнформационно-аналитическая практикаПрактика по проведению исследований в сети "Интернет" |
| Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ | ПК-2.3.3Владеет навыками по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ | Ценообразование в маркетингеСтратегический менеджмент и маркетинг |
| Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ | ПК-2.3.4 Владеет навыками по разработке плана мероприятий по продвижению продукции СМИ | Рекламная деятельностьМаркетинг СМИ |
| Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом | ПК-2.3.5 Владеет навыками по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом | Стратегический менеджмент и маркетинг |
| Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ | ПК-2.3.6Владеет навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ | Рекламная деятельностьМаркетинг СМИИнформационные технологии в маркетинге |
| Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации | ПК-2.3.7Владеет навыками по представлению проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации | Маркетинговые коммуникацииМаркетинг СМИ |
| **ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ** |
| **~~Необходимые знания (1)~~** | Гражданское законодательство Российской Федерации  | ПОВТОР УК-2.1.1Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. | Правовое обеспечение профессиональной деятельностиОсновы проектной деятельностиМаркетинговые коммуникацииЦенообразование в маркетингеОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИСтратегический менеджмент и маркетинг |
| Основные принципы организации рекламной кампании | ПК-3.1.1Знает основные принципы организации рекламной кампании | Маркетинговые коммуникацииРекламная деятельность |
| Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах | ПК-3.1.2Знает методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах | Основы веб-разработки |
| Основы проектной деятельности | ПОВТОРУК-2.1.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. | Правовое обеспечение профессиональной деятельностиОсновы проектной деятельностиМаркетинговые коммуникацииЦенообразование в маркетингеОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИСтратегический менеджмент и маркетинг |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | ПОВТОР ПК-1.1.3 Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | Предпринимательская деятельностьСтратегический менеджмент и маркетингДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок | ПОВТОР УК-8.1.1Знает классификацию и источников чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причин, признаков и последствий опасностей, способов защиты от чрезвычайных ситуаций; принципов организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации | Безопасность жизнедеятельности |
| **~~Необходимые умения (2)~~** | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии | ПОВТОР ОПК-5.2.1 Умеет применять соответствующие содержанию профессиональных задач современные информационные технологии и программное обеспечениеПОВТОРПК-1.2.1Умеет использовать специализированные программные продукты | Информационные технологии и программные средства в менеджментеМетоды принятия организационно-управленческих решений в цифровой экономикеИнформационные технологии в маркетинге |
| Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями | ПК-3.2.1Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями | Рекламная деятельностьБренд-менеджментСовременные маркетинговые технологииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) | ПОВТОРПК-1.2.3Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) | Предпринимательская деятельностьСовременные маркетинговые технологииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в ИнтернетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию | ПОВТОР ПК-1.2.4Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров | Предпринимательская деятельность |
| **~~Трудовые~~** **~~действия (3)~~** | Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ | ПК-3.3.1 Владеет навыками по подготовке предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ | Информационно-аналитическая практикаТехнологическая (проектно-технологическая) практика |
| Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | ПК-3.3.2Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | ПК-3.3.3Владеет навыками по составлению, заключению и контролю выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах |
| Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях | ПК-3.3.4Владеет методами по организации и представлению продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях | Современные маркетинговые технологииИнформационно-аналитическая практика |
| Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия | ПК-3.3.5Владеет навыками по организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия | Рекламная деятельностьИнформационно-аналитическая практика |
| **ПК-4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ** |
| **Необходимые знания (1)** | Гражданское законодательство Российской Федерации | ПОВТОР УК-2.1.1Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. | Правовое обеспечение профессиональной деятельностиОсновы проектной деятельностиМаркетинговые коммуникацииЦенообразование в маркетингеОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИСтратегический менеджмент и маркетинг |
| Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ | ПК-4.1.1Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ | Маркетинговые исследованияМаркетинговые коммуникацииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в Интернет |
| Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | ПОВТОР ПК-1.1.3 Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность | Предпринимательская деятельностьСтратегический менеджмент и маркетингДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок | ПОВТОР УК-8.1.1Знает классификацию и источников чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причин, признаков и последствий опасностей, способов защиты от чрезвычайных ситуаций; принципов организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации | Безопасность жизнедеятельности |
| **Необходимые умения (2)** | Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ | ПК-4.2.1 Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ | Маркетинг СМИ |
| Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа | ПОВТОР ПК-1.2.2Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа | Предпринимательская деятельностьОсновы логистикиМаркетинговые исследованияОсновы Интернет-маркетингаИнформационные технологии в маркетингеЦифровой маркетингПоведение потребителейДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовУправление конкурентоспособностью организацииДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты | ПОВТОР ПК-2.2.1Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты | Основы логистикиОсновы веб-разработкиОсновы Интернет-маркетингаМаркетинг СМИИнформационные технологии в маркетингеЦифровой маркетингДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Комьюнити-маркетингПродвижение в ИнтернетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных | ПК-4.2.2Умеет анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных | Б1.В.4 Маркетинговые коммуникацииБ1.В.5 Рекламная деятельность |
| Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров | ПОВТОРПК-1.2.4Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров | Б1.В.1 Предпринимательская деятельность |
| **Трудовые** **действия (3)** | Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ | ПК-4.3.1 Владеет навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ | Б2.П.В.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции | ПК-4.3.2Владеет навыками по организации сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ | Б2.У.В.1 Информационно-аналитическая практикаБ2.П.В.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| ПК-4.3.3Владеет навыками оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции | Б1.В.3 Маркетинговые исследования |
| Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов | ПОВТОРПК-1.3.2 Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы. | Б1.В.3 Маркетинговые исследованияБ2.У.В.1 Информационно-аналитическая практика |
| ПОВТОР ПК-1.3.4Владеет навыками по составлению, заключению, контролю выполнения и приемке результатов договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | Б2.П.В.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| Анализ эффективности продвижения продукции СМИ | ПК-4.3.4Владеет навыками анализа эффективности продвижения продукции СМИ | Б2.П.В.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика |
| Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ | ПК-4.3.5Владеет навыками разработки предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ | Б1.В.9 Маркетинг СМИ |
| **ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** |
| **Необходимые знания (1)** | Основы маркетинговых исследований | ПК-5.1.1Знает основы маркетинговых исследований | Б1.В.3 Маркетинговые исследования |
| Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.1.2Знает технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.13 Исследование конкурентов |
| Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.1.3Знает программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.13 Исследование конкурентов |
| Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.1.4Знает программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.13 Исследование конкурентов |
| Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.1.5Знает способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.13 Исследование конкурентов |
| Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин | ПК-5.1.6Знает критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта | ПК-5.1.7Знает правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы) | ПК-5.1.8Знает правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы) | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Психология цвета | ПК-5.1.9Знает психологию цвета | Б1.В.15 Современные маркетинговые технологии |
| Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов | ПК-5.1.10Знает основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта | ПК-5.1.11Знает методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| **Необходимые умения (2)** | Проводить аудит веб-сайтов конкурентов | ПК-5.2.1Умеет проводить аудит веб-сайтов конкурентов | Б1.В.6 Основы веб-разработкиБ1.В.13 Исследование конкурентов |
| Составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям | ПОВТОРПК-1.2.6Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований | Б1.В.1 Предпринимательская деятельностьБ1.В.3 Маркетинговые исследованияБ1.В.8 Основы Интернет-маркетинга |
| Применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.2.2Умеет применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.13 Исследование конкурентов |
| **Трудовые** **действия (3)** | Проведение исследований веб-сайтов конкурентов | ПК-5.3.1Владеет навыками проведения исследований веб-сайтов конкурентов | Б1.В.6 Основы веб-разработкиБ1.В.13 Исследование конкурентовБ2.П.В.2 Практика по проведению исследований в сети "Интернет" |
| Проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения | ПК-5.3.2Владеет методами проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения | Б1.В.16 Цифровой маркетинг |
| Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов | ПК-5.3.3Владеет навыками составления аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов | Б1.В.6 Основы веб-разработкиБ1.В.13 Исследование конкурентов |
| **ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** |
| **Необхо-димые знания (1)** | Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-6.1.1Знает особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.8 Основы Интернет-маркетингаБ1.В.ДВ.3 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Б1.В.ДВ.3.1 Комьюнити-маркетингБ1.В.ДВ.3.2 Продвижение в Интернет |
| Основы потребительского поведения | ПК-6.1.2Знает основы потребительского поведения | Б1.В.17 Поведение потребителей |
| Актуальная на момент исследования аналитическая информация по демографии | ПК-6.1.3Знает актуальную на момент исследования аналитическую информацию по демографии | Б1.В.ДВ.2 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2Б1.В.ДВ.2.1 Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктовБ1.В.ДВ.2.2 Управление конкурентоспособностью организацииБ1.В.ДВ.3 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Б1.В.ДВ.3.1 Комьюнити-маркетингБ1.В.ДВ.3.2 Продвижение в Интернет |
| Основные поведенческие факторы | ПК-6.1.4Знает основные поведенческие факторы | Б1.В.17 Поведение потребителей |
| Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-6.1.5Знает как поведенческие факторы влияют на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.16 Цифровой маркетинг |
| Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте | ПК-6.1.6Знает инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте | Б1.В.16 Цифровой маркетинг |
| **Необхо-димые умения (2)** | Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта | ПК-6.2.1Умеет использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта | Б1.В.5 Рекламная деятельностьБ1.В.16 Цифровой маркетинг |
| Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта |
| Составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа | ПОВТОРПК-1.2.6Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований | Б1.В.1 Предпринимательская деятельностьБ1.В.3 Маркетинговые исследованияБ1.В.8 Основы Интернет-маркетинга |
| **Трудовые** **действия (3)** | Исследование поведения посетителей веб-сайта | ПК-6.3.1Владеет навыками исследования поведения посетителей веб-сайта | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов | ПК-6.3.2Владеет навыками выявления и составления списка конкурирующих веб-сайтов | Б2.П.В.2 Практика по проведению исследований в сети "Интернет"Б1.В.13 Исследование конкурентов |
| Составление аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах | ПК-6.3.3Владеет навыками составления аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| **ПК-7 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** |
| **Необхо-димые знания (1)** | Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-7.1.1Знает методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.11 Исследование спроса |
| Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-7.1.2Знает программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.11 Исследование спроса |
| Алгоритмы формирования потребительского спроса | ПК-7.1.3Знает алгоритмы формирования потребительского спроса | Б1.В.11 Исследование спроса |
| **Необхо-димые умения (2)** | Использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-7.2.1Умеет использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.11 Исследование спросаБ1.В.16 Цифровой маркетинг |
| Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса | ПК-7.2.2Умеет применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса | Б1.В.5 Рекламная деятельностьБ1.В.11 Исследование спроса |
| Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-7.2.3Умеет составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.11 Исследование спросаБ1.В.16 Цифровой маркетинг |
| **Трудовые** **действия (3)** | Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-7.3.1Владеет навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.11 Исследование спросаБ1.В.16 Цифровой маркетингБ2.П.В.2 Практика по проведению исследований в сети "Интернет" |
| Анализ тенденции изменения спроса | ПК-7.3.2Владеет навыками анализа тенденции изменения спроса | Б1.В.1 Предпринимательская деятельностьБ1.В.11 Исследование спросаБ2.П.В.2 Практика по проведению исследований в сети "Интернет" |
| Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин | ПК-7.3.3Владеет методами прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин | Б1.В.11 Исследование спросаБ1.В.16 Цифровой маркетингБ2.П.В.2 Практика по проведению исследований в сети "Интернет" |
| **ПК-8 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** |
| **Необходимые знания (1)** | Основы предпринимательской деятельности | ПК-8.1.1Знает основы предпринимательской деятельности | Б1.В.1 Предпринимательская деятельность |
| Основы маркетинга | ПК-8.1.2Знает основы маркетинга | Б1.В.15 Современные маркетинговые технологии |
| Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) | ПК-8.1.3Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) | Б1.В.18 Веб-аналитика |
| Основы бюджетирования маркетинговой деятельности | ПК-8.1.4Знает основы бюджетирования маркетинговой деятельности | Б1.В.10 Стратегический менеджмент и маркетинг |
| Система инструментов интернет-маркетинга | ПК-8.1.5Знает систему инструментов интернет-маркетинга | Б1.В.8 Основы Интернет-маркетингаБ1.В.16 Цифровой маркетинг |
| Проектирование веб-сайтов | ПК-8.1.6Знает процесс проектирования веб-сайтов | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Основы веб-дизайна | ПК-8.1.7Знает основы веб-дизайна | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Основы гипертекстовой разметки | ПК-8.1.8Знает основы гипертекстовой разметки | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин | ПК-8.1.9Знает порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов | ПОВТОРПК-5.1.10Знает основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов | Б1.В.6 Основы веб-разработки |
| Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем | ПК-8.1.10Знает особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем | Б1.В.8 Основы Интернет-маркетингаБ1.В.16 Цифровой маркетинг |
| Особенности функционирования современных социальных медиа | ПК-8.1.11Знает особенности функционирования современных социальных медиа | Б1.В.8 Основы Интернет-маркетингаБ1.В.16 Цифровой маркетинг |
| **Необходимые умения (2)** | Составлять систему показателей эффективности продвижения | ПК-8.2.1Умеет составлять систему показателей эффективности продвижения | Б1.В.4 Маркетинговые коммуникации |
| Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации | ПК-8.2.2Умеет анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации | Б1.В.10 Стратегический менеджмент и маркетинг |
| Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке | ПК-8.2.3Умеет обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке | Б1.В.5 Рекламная деятельность |
| **Трудовые** **действия (3)** | Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-8.3.1Владеет навыками подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.8 Основы Интернет-маркетингаБ1.В.ДВ.3 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Б1.В.ДВ.3.1 Комьюнити-маркетингБ1.В.ДВ.3.2 Продвижение в ИнтернетБ2.П.В.2 Практика по проведению исследований в сети "Интернет" |
| Разработка показателей эффективности продвижения в информационно- телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-8.3.2Владеет навыками по разработке показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б2.П.В.1 Технологическая (проектно-технологическая) практикаБ2.П.В.2 Практика по проведению исследований в сети "Интернет" |
| Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-8.3.3Владеет навыками составления стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.10 Стратегический менеджмент и маркетинг |
| **ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** |
| **Необходимые знания (1)** | Принципы и методы проведения деловых переговоров | ПК-9.1.1Знает принципы и методы проведения деловых переговоров | Б1.В.1 Предпринимательская деятельностьДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Основы эффективной коммуникации | ПК-9.1.2Знает основы эффективной коммуникации | Б1.В.4 Маркетинговые коммуникацииБ1.В.ДВ.3 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Б1.В.ДВ.3.1 Комьюнити-маркетингБ1.В.ДВ.3.2 Продвижение в ИнтернетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Современные правила и стандарты составления технической документации | ПК-9.1.3Знает современные правила и стандарты составления технической документации | Б1.В.1 Предпринимательская деятельностьБ1.В.10 Стратегический менеджмент и маркетинг |
| **Необходимые умения (2)** | Обосновывать свою точку зрения | ПК-9.2.1Умеет обосновывать свою точку зрения | Б1.В.12 Бренд-менеджментБ1.В.17 Поведение потребителей |
| Проводить переговоры | ПОВТОРПК-1.2.3Умеет проводить деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) | Б1.В.1 Предпринимательская деятельностьБ1.В.ДВ.3 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3Б1.В.ДВ.3.1 Комьюнити-маркетингБ1.В.ДВ.3.2 Продвижение в ИнтернетДисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1Этика делового общенияДеловой этикет |
| Составлять аналитические записки | ПОВТОРПК-1.2.6Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований | Б1.В.1 Предпринимательская деятельностьБ1.В.3 Маркетинговые исследованияБ1.В.8 Основы Интернет-маркетинга |
| Использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета | ПК-9.2.2Умеет использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета | Б1.В.14 Информационные технологии в маркетинге |
| **Трудовые** **действия (3)** | Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком | ПК-9.3.1Владеет навыками согласования показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком | Б1.В.10 Стратегический менеджмент и маркетинг |
| Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-9.3.2Владеет навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Б1.В.14 Информационные технологии в маркетинге |
| Распределение бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения | ПК-9.3.3Владеет навыками распределения бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения | Б1.В.14 Информационные технологии в маркетинге |
| **ПК-10 Анализ трафика на веб-сайт** |
| **Необходимые знания (1)** | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) | ПК-10.1.1Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) | Б1.В.18 Веб-аналитика |
| Особенности функционирования современных веб-аналитических систем | ПК-10.1.2Знает особенности функционирования современных веб-аналитических систем | Б1.В.18 Веб-аналитика |
| Основы потребительского поведения | ПОВТОРПК-6.1.2Знает основы потребительского поведения | Б1.В.17 Поведение потребителей |
| Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов | ПОВТОРПК-5.1.10Знает основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов | Б1.В.13 Исследование конкурентов |
| **Необходимые умения (2)** | Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт | ПК-10.2.1Умеет интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт | Б1.В.6 Основы веб-разработкиБ1.В.18 Веб-аналитика |
| Составлять документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт | ПК-10.2.2Умеет составлять документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт | Б1.В.18 Веб-аналитика |
| Составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика | ПК-10.2.3Умеет составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика | Б1.В.18 Веб-аналитика |
| **Трудовые** **действия (3)** | Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт  | ПК-10.3.1Владеет методами проведения анализа количественных показателей трафика на веб-сайт  | Б1.В.18 Веб-аналитика |
| Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт | ПК-10.3.2Владеет методами проведения анализа качественных показателей трафика на веб-сайт | Б1.В.18 Веб-аналитика |
| Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт | ПК-10.3.3Владеет навыками предоставления аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт | Б1.В.18 Веб-аналитика |