

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Масалов Владимир Николаевич

Должность: ректор

Дата подписания: 06.03.2023 10:58:15

Уникальный программный ключ:

f31e6db16690784ab6b50e564d76971f624641c

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА повышения квалификации «Интернет-маркетинг»

1. Рабочая программа модуля «Предпринимательство и модели бизнеса»

1.1. Цель модуля: формирование системных базовых представлений, первичных знаний, умений и навыков по предпринимательству и моделям бизнеса в Интернете.

Задачи модуля: подготовка слушателей к применению знаний в области интернет-предпринимательства в профессиональной деятельности.

Изучение модуля формирует компетенции:

ПК-1 - способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации (трудовая функция В/03.7)

ПК-2 - способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации (трудовая функция В/04.7)

1.2. Требования к уровню освоения содержания модуля

В результате освоения модуля обучающийся должен:

- знать основные виды и модели бизнеса в интернете, основные принципы ведения цифрового бизнеса, основные термины и понятия в управленческом учете интернет-бизнеса, базовые инструменты для создания собственного и развития существующего интернет-бизнеса;

- уметь использовать полученные знания для разработки и управления интернет-проектами, проводить аудит интернет-бизнеса, анализировать и оценивать по различным финансовым управленческим показателям, планировать и настраивать комплекс маркетинга для привлечения трафика, оптимизировать конверсионную цепочку бизнеса;

- владеть навыками применения различного инструментария в планировании, разработке, управлении и анализе деятельности разнообразных интернет-предприятий.

1.3. Тематическое содержание:

Содержание модуля

Тема 1. Бизнес в цифровой среде

Модели бизнеса в Интернет. Экосистема. Платформенные решения. Основы подготовки бизнес-проекта. Экспертиза. Поиск идеи. Рынок и клиентские сегменты. Матрица Остервальдера и Lean Canvas. MVP. Минимальный рабочий продукт. Бизнес-процессы. Структура организации. Автоматизация. Юридические аспекты. Юнит экономика. Окупаемость бизнеса.

Тема 2. Маркетинг в предпринимательстве

Стратегический маркетинг. Брендинг. Продажи в интернет. Монетизация. Логика построения продаж. Каналы продаж. Выбор каналов под свой бизнес. Развитие бизнеса. Продуктовый подход. Приоритезация. Проверка гипотез, HADI-циклы. Метрики.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ.

2. Рабочая программа модуля «Управление инновациями в цифровой среде»

2.1. Цель модуля: изучение специфики руководства внедрением организационных и технологических инноваций, управления проектами преобразований и цифровой трансформации бизнеса, создание стартапов.

Задачи модуля: приобретение компетенций для работы в агрессивной конкурентной среде, умений создавать конкурентоспособные компании, выводить на рынок новые продукты, руководить собственным инновационным бизнесом, применять виртуальные методы коммуникаций в глобальном пространстве.

Изучение модуля формирует компетенции:

ПК-1 – способен осуществлять нормативное обеспечение системы управления охраной труда (трудовая функция А/01.6)

ПК-2 – способен осуществлять определение целей и задач (политики), процессов управления охраной труда и оценку эффективности системы управления охраной труда (трудовая функция С/01.7).

2.2. Требования к уровню освоения содержания модуля

В результате освоения модуля обучающийся должен:

- знать специфику управления инновациями в цифровой среде;
- уметь руководить внедрением организационных и технологических инноваций, управлять проектами преобразований и цифровой трансформации бизнеса;
- владеть навыками работы в агрессивной конкурентной среде, создания конкурентоспособных компаний, выведения на рынок новые продукты, руководства собственным инновационным бизнесом, применения виртуальных методов коммуникаций в глобальном пространстве.

2.3. Тематическое содержание:

Содержание модуля

Тема 1. Инновационное развитие высокотехнологичного бизнеса

Современные наукоемкие технологии. Технологическое предпринимательство. Интеллектуальные производства, города и среды. Бизнес-моделирование. Стартапы.

Тема 2. Внутренняя и внешняя среда инновационного бизнеса

Стратегический интеллект. Внешняя среда инновационного бизнеса. Венчурное инвестирование. Стратегический маркетинг. Менеджмент в цифровой экономике. Риск-менеджмент.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ.

3. Рабочая программа модуля «Маркетинговые коммуникации в цифровой среде»

3.1. Цель модуля: развитие компетенций, необходимых для успешной практической деятельности в области управления коммуникационными процессами в цифровой среде.

Задачи модуля: изучение методов привлечения внимания потребителей к продукту, выявления его уникальности в процессе продвижения, создания профиля идеального потребителя и оптимального способа взаимодействия с ним, определения информационного и визуального профиля вебсайта, формирования стратегий продаж на основе принципов простоты и эффективности.

Изучение модуля формирует компетенции:

ПК-1 – способен осуществлять нормативное обеспечение системы управления охраной труда (трудовая функция А/01.6)

ПК-2 – способен осуществлять определение целей и задач (политики), процессов управления охраной труда и оценку эффективности системы управления охраной труда (трудовая функция С/01.7).

3.2. Требования к уровню освоения содержания модуля

В результате освоения модуля обучающийся должен:

- знать сущность, специфика, тренды маркетинговых коммуникаций в цифровой среде;
- уметь применять маркетинговые коммуникации в цифровой среде;
- владеть навыками применения коммуникационных инструментов интернет-среды.

3.3. Тематическое содержание:

Содержание модуля

Тема 1. Сущность, специфика, тренды маркетинговых коммуникаций в цифровой среде

Характерные особенности маркетинговой деятельности интернет-пространстве. Лидогенерация. SEO. WEB-дизайн. SMM.

Тема 2. Коммуникационные инструменты интернет-среды

Создание команды стартапа и культуры бренда. Проблемы продвижения стартапа и коммуникации как способа их решения. Выявление и продвижение уникальности продуктов. Профиль идеального потребителя и оптимальный способ взаимодействия с ним. Информационный и визуальный профиль вебсайта. Стратегии продаж на основе принципов простоты и эффективности.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ.

4. Рабочая программа модуля «Инструменты Интернет-маркетинга»

4.1. Цель модуля: формирование базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления анализа, бизнес-планирования и продвижения интернет-проектов.

Задачи модуля: изучение практического опыта интернет-маркетинга как в сфере сбора аналитических данных (анализ рынка, конкуренты, риски), так и в части применения навыков для монетизации и развития проектов.

Изучение модуля формирует компетенции:

ПК-1 – способен осуществлять нормативное обеспечение системы управления охраной труда (трудовая функция А/01.6)

ПК-2 – способен осуществлять определение целей и задач (политики), процессов управления охраной труда и оценку эффективности системы управления охраной труда (трудовая функция С/01.7).

4.2. Требования к уровню освоения содержания модуля

В результате освоения модуля обучающийся должен:

- знать цели и инструменты интернет-маркетинга, рекламные каналы и источники трафика, методы исследования целевой аудитории, историю поискового продвижения (SEO), факторы ранжирования, санкции и основы поисковой оптимизации;
- уметь формировать, выбирать и применять методы исследования целевой аудитории, участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности с использованием инструментов Интернет-маркетинга;
- владеть навыками применения методов поисковой оптимизации (SEO).

4.3. Тематическое содержание:

Содержание модуля

Тема 1. Интернет-маркетинг как часть маркетинга

Основные элементы и особенности. Продукт. Поиск и занятие свободных ниш. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование. Ценообразование продукта или услуги. Способы продвижения и критерии оценки эффективности.

Тема 2. Инструменты планирования, контроля и развития Интернет-проектов

Мониторинг интернет-проектов. Работа с интернет-аудиторией. Электронные платежные системы. Монетизация. Финансирование интернет-проектов.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ.