

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образованию

С.В. Никулин



« 12 » апреля 2024 г

04-04-2024-0747-60

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
программа профессиональной переподготовки**

«ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ»

Киров, 2024

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Пояснительная записка

Дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки «Интернет маркетинг» (далее ДПП) реализуется на русском языке.

ДПП нацелена на формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности в области интернет-маркетинга, расширение квалификации специалистов для их адаптации к новым экономическим и социальным условиям, готовности к ведению новой профессиональной деятельности.

ДПП ориентирована на получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности, приобретение новой квалификации.

Цель обучения - сформировать у обучающихся знания в сфере в интернет-маркетинга, расширения квалификации специалистов для их адаптации к новым производственным, экономическим и социальным обстоятельствам в условиях динамично меняющейся социально-экономической среды, восполнение недостаточного уровня знаний в области цифровых технологий и инструментов в маркетинге у руководителей организаций, индивидуальных предпринимателей

Основные задачи обучения:

- изучить сущность маркетинга в цифровой экономике;
- изучить актуальные вопросы стратегии и позиционирования в интернет – маркетинге;
- изучить технологии и инструменты интернет-маркетинга;
- сформировать знания по запуску и ведению бизнеса в сети интернет;
- обучиться работе на маркетплейсах;
- изучить технику проведения веб-аналитики в интернет маркетинге.

Форма обучения: очно-заочная с применением ДОТ.

Срок освоения – 262 часа.

По итогам обучения слушатель получает диплом о профессиональной переподготовке установленного образца с присвоением квалификации маркетолог.

Категория слушателей программы - студенты ВятГУ, получающие дополнительное образование в рамках проекта Приоритет 2030.

Слушатель дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки «Интернет-маркетинг» должен иметь высшее образование, либо обучаться по программам ВО.

1.2 Нормативные документы для разработки ДПП

Нормативно-методическую основу разработки - правовую базу разработки ДПП составляют:

- Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ;
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Постановление Правительства РФ от 10 апреля 2023 г. N 580 "О разработке и утверждении профессиональных стандартов";
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 марта 2014 г. N 487-р «Об утверждении комплексного плана мероприятий по разработке профессиональных стандартов, их независимой профессионально-общественной экспертизе и применению на 2014 - 2016 годы»;
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. N 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- Приказ Минтруда России от 29 апреля 2013 г. N 170н "Об утверждении методических рекомендаций по разработке профессионального стандарта";
- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минобрнауки России от 12.09.2013 N 1061 "Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования";
- Письмо Минобрнауки России от 22.04.2015 N ВК-1032/06 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями-разъяснениями по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов»;
- Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2019 Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих Разделы «*Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях*» и «*Квалификационные характеристики должностей работников, занятых в научно-исследовательских учреждениях, конструкторских, технологических, проектных и изыскательских организациях*», утвержденные Постановлением Минтруда РФ от 21.08.1998 N 37 (редакция от 15.05.2013)
- Устав ВятГУ;

- Положение о дополнительной профессиональной программе, действующее в ВятГУ;
- Положение об итоговой аттестации слушателей по дополнительным профессиональным программам, действующее в ВятГУ;
- Иные локальные акты ВятГУ.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ДПП

2.1. Характеристика новой квалификации и (или) уровней квалификации

Дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки «Интернет-маркетинг» предусматривает приобретение новой квалификации «маркетолог», согласно Единому квалификационному справочнику должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2019 Разделы «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» и «Квалификационные характеристики должностей работников, занятых в научно-исследовательских учреждениях, конструкторских, технологических, проектных и изыскательских организациях», утвержденные Постановлением Минтруда РФ от 21.08.1998 N 37 (редакция от 15.05.2013).

2.2 Область профессиональной деятельности слушателей

Интернет-маркетинг (Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет").

2.3 Объекты профессиональной деятельности

Объектами профессиональной деятельности являются коммуникации в сети интернет, веб-сайты, социальные сети, маркетплейсы.

2.4. Виды деятельности

ВД 1 - Организация и управление маркетинговой деятельностью.

2.5 Трудовые функции и /или уровни квалификации

Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДПП

3.1 Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы:

Дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки «Интернет маркетинг» ориентирована на качественное изменение следующих профессиональных компетенций:

ПК 1: Способность выбирать каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети Интернет.

ПК-2: Способность осуществлять анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-коммуникационной сети Интернет.

ПК-3: Способность осуществлять деятельность в информационно-коммуникационной сети Интернет, увеличивающей количество пользователей в интернет-сообществе.

ПК-4: Способность осуществлять предпринимательскую деятельность в информационно-коммуникационной сети Интернет;

ПК-5: Способность использовать статистические методы обработки данных по продвижению в информационно-коммуникационной сети Интернет.

ПК-6: Способность анализировать показатели эффективности продвижения и продаж в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
ВД 1 - Организация и управление маркетинговой деятельностью	ПК 1: Способность выбирать каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети Интернет.	Владеть понятием аппаратом маркетинга в цифровой экономике., методологией клиентоориентированного маркетинга как основой цифрового маркетинга.	Уметь выбирать каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети Интернет, отвечающие целям и задачам предпринимательской деятельности	Знать особенности цифровых каналов продаж и продвижения, особенности маркетинга в цифровой экономике. Факторы развития интернет-рынков.
	ПК-2: Способность осуществлять анализ поведения пользователей	Владеть навыками формирования спроса и корректировки поведения потребителей в ин-	Уметь осуществлять анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации	Знать основные типы целевых аудиторий и их особенности поведения в информационно-

	при поиске необходимой информации в информационно-коммуникационной сети Интернет.	формационно-коммуникационной сети Интернет.	в информационно-коммуникационной сети Интернет.	коммуникационной сети Интернет.
ПК-3:	Способность осуществлять деятельность в информационно-коммуникационной сети Интернет, увеличивающей количество пользователей в интернет-сообществе.	Владеть технологиями и инструментами осуществлять деятельность в информационно-коммуникационной сети Интернет, увеличивающей количество пользователей в интернет-сообществе.	Уметь определять наиболее эффективные технологии оптимизации и способы оптимизации контента сайта, применять технологию использования контекстной рекламы, анализировать и классифицировать социальные сети и выбирать наиболее оптимальные для осуществления предпринимательской деятельности	Знать методы оптимизации и увеличения трафика сайта и соцсетей.
ПК-4:	Способность осуществлять предпринимательскую деятельность в информационно-коммуникационной сети Интернет;	Владеть алгоритмом действий по запуску и ведению бизнеса в информационно-коммуникационной сети Интернет	Уметь осуществлять выбор формы бизнеса в сети интернет, разрабатывать проекты открытия бизнеса в в информационно-коммуникационной сети Интернет	Нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность в сети интернет, организационно-правовые формы бизнеса в сети интернет. Экономические аспекты осуществления деятельности в сети интернет.
ПК-5:	Способность использовать статистические методы	Владеть навыками анализа данных в информационно-коммуникацион-	Уметь применять методы статистической обработки данных по продвижению в	Знать методы статистической обработки данных по продвижению в инфор-

обработки данных по продвижению в информационно-коммуникационной сети Интернет	ной сети Интернет с помощью методов статистики и математического моделирования.	информационно-коммуникационной сети Интернет.	мационно-коммуникационной сети Интернет
ПК-6: Способность анализировать показатели эффективности продвижения и продаж в информационно-коммуникационной сети Интернет.	Владеть навыками работы с маркетплейсами.	Уметь анализировать продажи на маркетплейсах, пользоваться инструментами аналитики маркетплейсов, инструментами продвижения товаров на маркетплейсах, организовывать продажи на маркетплейсах	Знать каналы и методы продаж в информационно-коммуникационной сети Интернет, специфику логистических операций при осуществлении продаж с помощью информационно-коммуникационной сети Интернет.

3.2 Матрица соотнесения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) и формируемых в них компетенций

Название учебной дисциплины	Трудоемкость по учебному плану, часов	Компетенции						Общее количество компетенций
		ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	
Цифровая экономика	36	+						1
Актуальные вопросы стратегии и позиционирования в интернет-маркетинге	18	+	+					2
Информационные технологии в маркетинге	36			+				1
Основные инструменты интернет-маркетинга	36			+				1
Запуск и ведение бизнеса в сети Интернет	36				+			1
Работа с маркетплейсами	36						+	1
Статистические методы обработки данных и матмоделирование	36					+		1
Веб-аналитика в интернет-маркетинге	18						+	1
Итого	252							

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП

Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ДПП регламентируются:

- учебным планом;
- календарным учебным графиком;
- рабочей программой учебной дисциплины;
- материалами, устанавливающими содержание и порядок проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестаций.

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП

Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, мастер-классы, практические занятия, решение кейсов, самостоятельную работу, проектирование и защиту проекта, определенные учебным планом.

Занятия по программе проводятся в аудиториях, приспособленных для чтения лекций для значительного числа слушателей. Обучение осуществляется в помещениях, оборудованных необходимыми техническими средствами для реализации учебного процесса, в том числе для показа презентаций.

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Кадровое обеспечение ДПП

Реализация ДПП программы профессиональной переподготовки "Интернет-маркетинг" обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее направленности программы, осваиваемой слушателями, либо дополнительное профессиональное образование – профессиональная переподготовка, направленность (профиль) которой соответствует направленности дополнительной профессиональной программы, осваиваемой слушателями, или преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение учебного процесса

ДПП обеспечена необходимой учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями, необходимой учебной литературой по всем дисциплинам программы.

Вуз располагает достаточной материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов и форм занятий.

Разработчики ДПП:

К.э.н., доцент, зав. кафедрой туризма
и управления персоналом ФМиС

А.В.Шпенглер

Согласовано:

Заместитель руководителя
Департамента образования

Т.А. Кудрявцева

Заместитель начальника
Управления дополнительного образования

А.В.Ральников