

**ОБЩЕСТВО СОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ЯГЛА»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Генеральный директор ООО «Ягла»  
М.М. Калугина  
«23» апреля 2021г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ  
«Специалист по контекстной рекламе»**

г. Пермь- 2021г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ .....	3
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ .....	6
3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ПРОГРАММЫ ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ .....	9
4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ.....	10
4.1 УЧЕБНЫЙ ПЛАН .....	10
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ .....	12
4.3 КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	15
4.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ПРОГРАММЫ .....	16
4.5 НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.....	17
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ .....	18
6. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	20
7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	22
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОГРАММЕ.....	23
Приложение № 1 .....	23
Приложение № 2.....	25

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Программа профессиональной переподготовки «Специалист по контекстной рекламе» (далее - Программа) разработана с учетом требований рынка труда и направлена на получение новой компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области маркетинга.

### **Нормативные правовые основы разработки программы.**

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года № 95н (далее - Профстандарт);

- Приказ Министерства образования и науки РФ от 01.07.2013 № 499 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

- Приказ Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

- Письмо Министерства образования и науки РФ от 21.04.2015 №ВК-1013/06 «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ».

Образовательная программа включает в себя цель, планируемые результаты обучения, учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

### **Цель реализации дополнительной профессиональной программы.**

#### **Цель обучения:**

формирование компетенций по использованию контекстной рекламы при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании или предприятия.

#### **Основными задачами программы являются:**

- формирование навыка настройки рекламы в Яндекс.Директ методом гиперсегментации;

- формирование представления о том, как найти себе заказчика на услугу «настройка Яндекс.Директ»;
- формирование представления о том, как правильно искать подрядчика по услуге «настройка рекламы Яндекс.Директ».

### **Область профессиональной деятельности.**

Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта.

Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет."

Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет."

Разработка стратегии продвижения в социальных медиа контент.

Привлечение пользователей в интернет-сообщество.

Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.

### **Категория обучающихся**

К освоению дополнительной профессиональной программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование, а также лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

### **Трудоемкость обучения**

Общая трудоемкость программы: 252 часов.

**Форма обучения** – очно – заочное с применением дистанционного обучения (электронных технологий).

**Режим обучения** – 36 часов в неделю

**Итоговая аттестация:** устный экзамен.

По окончании программы диплом о профессиональной переподготовке с присвоением квалификации «**Специалист по контекстной рекламе**».

**Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы профессиональной переподготовки «Специалист по контекстной рекламе».**

В соответствии с Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденным Приказом № 499 от 01 июля 2013 г., содержание и организация образовательного

процесса при реализации данной образовательной программы регламентируется учебным планом профессиональной переподготовки, рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки обучающихся, календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения образовательной программы у обучающихся должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

Обучающийся, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими **общими компетенциями** (далее - ОК):

понимать сущность и социальную значимость своей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;

организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;

осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;

работать самостоятельно и в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;

ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;

развивать культуру межличностного общения, устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий.

Обучающийся, освоивший образовательную программу, должен быть готов к выполнению **основных видов деятельности** в соответствии с Профстандартом:

- составление контекстно-медийного плана продвижения.
- размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы.
- управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт.

Обучающийся, освоивший образовательную программу, должен обладать **профессиональными компетенциями** (далее - ПК), соответствующими основным видам деятельности:

составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

размещение информационных сообщений на площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании;

размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

выбор площадок в социальных медиа для продвижения веб-сайта;

составления списка тем в предметной области веб-сайта для обсуждения посетителями площадок и членов интернет-сообществ в социальных медиа;

составление примеров информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа;

составление календарного плана информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа;

составление календарного плана проведения мероприятий в социальных медиа;

общение с представителями целевой аудитории с использованием цифровых методов связи;

проведение конкурсов в социальных медиа;

проведение опросов в социальных медиа;

осуществление деятельности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", увеличивающей количество пользователей в интернет-сообществе;

подбор рекламных площадок в социальных медиа для заданного веб-сайта;

составление медиаплана проведения рекламной кампании;

разработка стратегии таргетирования показа рекламных объявлений.

**Обучающийся, успешно освоивший программу должен знать:**

Состав и особенности аудитории различных социальных медиа.

Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов.

Основы копирайтинга и веб-райтинга.

Основы деловой коммуникации.

Основы управления репутацией бренда, личности, организации.

Основы связей с общественностью.

Принципы функционирования современных социальных медиа.

Основы письменной коммуникации.

Основные виды кодирования для создания ПО.

**Обучающийся, успешно освоивший программу должен уметь:**

Использовать инструментарий современных социальных медиа.

Обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ.

Использовать профессиональные инструменты для проверки текстов.

Использовать рекламные возможности современных социальных медиа.

Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа.

Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа.

Использовать современное программное обеспечение для разработки календарных планов продвижения в социальных медиа.

Составлять тексты информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа.

Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа.

Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

Составлять планы проведения конкурсов и реализовывать их.

Составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их.

Обосновывать выбор рекламных площадок.

Сегментировать целевую аудиторию рекламной кампании.

Искать в социальных медиа в соответствии с заданными критериями рекламные площадки и составлять их список.

Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа.

Анализировать тематику площадок в социальных медиа.

Обрабатывать графические и текстовые материалы в социальных медиа.

Должен уметь разрабатывать ПО.



### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ПРОГРАММЫ ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Объем Программы	Всего академических часов
Общий объем дисциплины	<b>252</b>
Аудиторная работа	<b>100</b>
в том числе:	
Лекции	36
Лабораторные	64
Практические (семинарские)	
Самостоятельная работа обучающихся	<b>146</b>
в том числе	
Контрольная работа	
Подготовка к зачету	16
Подготовка к экзамену	6
Итоговая аттестация	<b>6</b>

## 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

### 4.1 УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование модулей	Общая трудоемкость, час.	Всего, ауд. час.	Аудиторные занятия, час.			Форма контроля
				Л	ЛЗ	СР	
1	2	3	4	5	6		8
1.	<b>Модуль 1</b> Интернет-маркетинг в современных условиях	14	6	2	4	8	ПА
2.	<b>Модуль 2</b> Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	14	6	2	4	8	ПА
3.	<b>Модуль 3</b> Контекстная реклама	110	46	18	28	64	ПА
4.	<b>Модуль 4</b> Поисковое продвижение сайта (SEO)	14	6	2	4	8	ПА
	<b>Модуль 5</b> Социальные сети. Порталы и блоги	14	6	2	4	8	ПА
	<b>Модуль 6</b> Технологии баннерной рекламы.	16	6	2	4	10	ПА
	<b>Модуль 7</b> Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	16	6	2	4	10	ПА
	<b>Модуль 8</b> Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.	16	6	2	4	10	ПА
	<b>Модуль 9</b> Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге	16	6	2	4	10	ПА
	<b>Модуль 10</b> Оценка эффективности	16	6	2	4	10	ПА

	мероприятий Интернет-маркетинга						
	<b>Итоговая аттестация</b>	6	6	-	-		<b>ЭК</b>
	<b>Итого</b>	<b>252</b>	<b>106</b>	<b>36</b>	<b>64</b>	<b>146</b>	

Л – лекции

ЛЗ- лабораторные занятия

СР- самостоятельная работа

ПА- промежуточная аттестация

ЭК- итоговый экзамен

## 4.2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Содержание программы структурировано по модулям, с указанием отведенного на их изучение количества академических часов и видов учебных занятий

№ пп	Наименование модулей	Всего часов	В том числе				
			Ауди- торные заня- тия	из них			Самос- тоятель- ная работа
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	
1.	<b>Модуль 1.</b> Интернет-маркетинг в современных условиях	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: анализ специфики мероприятий Интернет-маркетинга в различных странах	8	4	-	-	4	4
2.	<b>Модуль 2.</b> Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов	8	4	-	-	4	4
3.	<b>Модуль 3.</b> Контекстная реклама Введение в контекстную рекламу Что нужно сделать до настройки рекламных кампаний Теория: Настройка рекламной кампании в сетях Яндекса (РСЯ) Практика: Настройка рекламной кампании в сетях Яндекса (РСЯ) Теория. Настройка рекламы на поиске Яндекса. Практика. Настройка рекламы на поиске Яндекса. Анализ и оптимизация рекламных кампаний в РСЯ. Анализ и оптимизация рекламных кампаний на поиске Яндекса. Настройка ретаргетинговых рекламных кампаний. Как работать начинающему специалисту. Практическое руководство. Поиск подрядчика и делегирование настройки рекламных кампаний	54	18	18	-	-	36

	Яндекс.Директ. Лабораторные занятия: Выбор инструментов продвижения в социальных сетях	8	4			4	4
	Лабораторные занятия: создание аккаунта в Яндекс.Директ.	8	4			4	4
	Лабораторные занятия: Подбора масок ключей	8	4			4	4
	Лабораторные занятия: Написание заголовка №1. Написание заголовка №2. Быстрые ссылки и их описания. Отображаемая ссылка. Визитка. Текст объявления. Как выгрузить объявления в Яндекс.Директ	8	4			4	4
	Лабораторные занятия: Подбор ключевых фраз для поиска только нужной аудитории.	8	4			4	4
	Лабораторные занятия: подготовить файл переноса кампании из Яндекс.Директа в Ads Editor	8	4			4	4
	Лабораторные занятия: отработать практические навыки работы в Метрике и Analytics.	8	4			4	4
4.	<b>Модуль 4.</b> Поисковое продвижение сайта (SEO)	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: Разработка мероприятий по баннерной рекламе	8	4	-	-	4	4
5.	<b>Модуль 5.</b> Социальные сети. Порталы и блоги	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.	8	4	-	-	4	4
6.	<b>Модуль 6.</b> Технологии баннерной рекламы.	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг	10	4	-	-	4	6
7.	<b>Модуль 7.</b> Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта.	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика	10	4	-	-	4	6

8.	<b>Модуль 8.</b> Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб- аналитика.	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества.	10	4	-	-	4	6
9.	<b>Модуль 9.</b> Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге	6	2	2	-	-	4
	Лабораторные занятия: Celebrity – позиционирование на виртуальном рынке	10	4	-	-	4	6
10.	<b>Модуль 10.</b> Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинга	8	2	2	-	-	6
	Лабораторные занятия: Составление аналитического отчета мероприятий Интернет-маркетинга.	1 0	4	-	-	4	6

### 4.3 КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№ п/п	Наименование дисциплины	Всего часов	Недели											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1.	Модуль 1	14	14											
2.	Модуль 2	14	14											
3.	Модуль 3	110	8	36	36	30								
4.	Модуль 4	14				6	8							
5.	Модуль 5	14					14							
6.	Модуль 6	16					14	2						
7.	Модуль 7	16						16						
8.	Модуль 8	16						16						
9.	Модуль 9	16						2	14					
10.	Модуль 10	16							16					
	Экзамен	6							6					
	Итого	252	36	36	36	36	36	36	36	36				

#### 4.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ПРОГРАММЫ

Вид учебных занятий в соответствии с пунктом	Методические указания для обучающихся по освоению модуля по видам учебных занятий
Лекции	Конспектирование лекций, работа с конспектом
Лабораторные работы	Конспектирование тем, выносимых на лабораторные занятия, работа с конспектом, подготовка докладов и презентаций по темам
Самостоятельная работа обучающихся	Использование дополнительной литературы по изучению тем, выносимых на самостоятельное изучение
Виды промежуточной аттестации:	Работа с конспектами лекций, практических занятий, а также материалами самостоятельной подготовки
Подготовка к экзамену	Работа с конспектами лекций, практических занятий, а также материалами самостоятельной подготовки

#### **Требования к выполнению и оформлению лабораторных работ**

##### **Общие требования к выполнению лабораторных работ:**

1. изучение теоретического материала;
2. выполнение заданий;
3. ответы на контрольные вопросы.

##### **Форма отчетности:**

лабораторные работы должны оформляться в отдельной тетради и содержать:

- номер и название работы;
- цель работы;
- подробное описание хода выполнения заданий.
- краткие ответы на контрольные вопросы.

##### **Форма отчетности работ:**

Результатом выполнения лабораторных работ является устная защита с предъявлением оформленной работы в тетради.



#### **4.5 НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

В соответствии с планом образовательных услуг, учебным планом и расписанием занятий осуществляется организация образовательного процесса.

Расписание занятий формируется с учетом формы обучения, основных видов учебной деятельности, предусмотренных дополнительной профессиональной программой. Оно включает в себя лекционные, практические занятия и самостоятельную работу. Изучение программы предполагает использование следующих методов контроля полученных слушателями знаний и умений:

- контроль посещаемости учебных занятий;
- текущий контроль;
- промежуточный контроль;
- итоговый контроль.

Итоговая аттестация является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения дополнительной программы профессионального образования включает текущий контроль знаний, промежуточную и итоговую аттестацию обучающихся.

**Текущий контроль знаний** проводится в форме наблюдения за работой обучающихся и контроля их активности, мониторинг и ответы на вопросы преподавателям.

Изучение каждой модуля завершается **промежуточным контролем**.

**Промежуточный контроль знаний:** практическая работа.

Обязательным условием допуска слушателя к итоговой аттестации является наличие аттестации по каждому модулю, зафиксированной как «зачтено» в экзаменационной ведомости обучающихся.

**Итоговый контроль**

**Порядок проведения итоговой аттестации**

Освоение дополнительной программы профессионального образования завершается итоговой аттестацией.

К итоговой аттестации допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные программой и успешно прошедшие все промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные программой.

**Итоговая аттестация** проводится в форме устного экзамена и должна выявить теоретическую и практическую подготовку обучающегося.

По результатам итоговой аттестации выдается диплом о профессиональной переподготовке «Специалист по контекстовой рекламе».

Индивидуальный учет результатов освоения обучающимися образовательных программ, а также хранение в архивах информации об этих результатах осуществляются образовательной организацией на бумажных и (или) электронных носителях.

Оценка качества освоения учебных модулей проводится в процессе промежуточной аттестации в форме зачета

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценки</b>
<b>Зачтено</b>	Оценка «зачтено» - выставляется обучающемуся у которого степень соответствия выполненного задания поставленным требованиям, структурирование и комментирование лабораторной работы, уникальность выполнения работы (отличие от работ коллег), успешные ответы на контрольные вопросы.
<b>Не зачтено</b>	оценка «незачет» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно.

Оценка качества освоения учебной программы проводится в процессе итоговой аттестации в форме тестирования.

<b>Оценка</b>	<b>Требования к знаниям</b>
«зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется слушателю, продемонстрировавшему твердые и всесторонние знания материалов, умение применять полученные в рамках занятий практические навыки и умения. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации продемонстрировали отличный уровень знаний и умений слушателя.
«не зачтено»	Оценка «не зачтено» выставляется слушателю, который в недостаточной мере овладел теоретическим материалом по дисциплине, допустил ряд грубых ошибок, а также не выполнил требований, предъявляемых к промежуточной аттестации. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации продемонстрировали неудовлетворительный уровень знаний и умений слушателя.

### **Комплект оценочных средств**

Оценочные материалы для итоговой аттестации (Приложение № 1)

Оценочные материалы для промежуточной аттестации (Приложение № 2)

## 6. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 6.1 Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Образовательное учреждение располагает необходимой материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам, и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и практической подготовки обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Образовательное учреждение располагает современными аудиториями, аудиовизуальными средствами обучения, мультимедийной аппаратурой, оргтехникой.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

#### **Компьютерный класс:**

Компьютер на каждого обучающегося под управлением операционной системы Windows 7, 8.0, 8.1, способный воспроизводить современные форматы мультимедиа (видео, аудио, графика) и имеющий установленный пакет офисных программ MS Office 2010, 2013. В частности, MS Word, MS Excel, MS Power Point.

#### **Оборудование учебного кабинета:**

- рабочие места по количеству слушателей;
- рабочее место преподавателя;
- интерактивная доска,
- мультимедийный проектор с экраном
- наглядные пособия (схемы, таблицы, образцы программ и др.)
- комплект учебно-методической документации;
- компьютеры с лицензионным программным обеспечением общего назначения.

В учебном процессе используется мультимедиа и оргтехника, лекции сопровождаются слайдовыми презентациями.

Учебные занятия могут быть организованы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в виде онлайн-курсов, обеспечивающих для обучающихся независимо от их места нахождения и организации, в которой они осваивают образовательную программу, достижение и оценку результатов обучения путем организации образовательной деятельности в электронной информационно-образовательной среде, к которой предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет».

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке), которая содержит различные издания по основным темам. Электронная библиотека обеспечивает возможность индивидуального доступа

каждого слушателя из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Организация ведет учет и осуществляет хранение результатов образовательного процесса и внутренний документооборот на бумажном носителе и/или в электронно-цифровой форме в соответствии с требованиями Закона Российской Федерации от 21 июля 1993 г. N 5485-1 "О государственной тайне"\*(6), Федерального закона от 27 июля 2006 г. 152-ФЗ "О персональных данных"\*(7), Федерального закона от 22 октября 2004 г. 25-ФЗ "Об архивном деле в Российской Федерации (с изменениями и дополнениями).

## **6.2 Кадровое обеспечение**

Квалификация руководящих и педагогических работников соответствует квалификационным характеристикам, установленным Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2015 № 613н).

## 7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### *а) основная учебная литература (О):*

1. Тестирование и оптимизация веб-сайтов. Руководство по Google Website Optimizer/ Айзенберг Брайан, Джон Кварто вон Тивадар и Дэвис Лайза Т. Издательство: Вильямс, Диалектика, 2019.
2. Ашманов И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И.Ашманов, А.Иванов. – СПб: Питер, 2019.
3. Басов А. Контекстная реклама. / А.Басов. – СПб: Питер, 2018.

### *б) дополнительная учебная литература (Д):*

1. Каталано Фр. Интернет-маркетинг для чайников. / Фр. Каталано, Б.Смит. – М.: Диалектика, 2017.
2. Китова О.В. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: Учебное пособие. / О.В. Китова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 328с.
3. Савенкова Т.И. Основы практического маркетинга. / Т.И.Савенкова. - М.: Экономистъ, 2017. - 136 с.
4. Лавдей Л. Проектирование прибыльных веб-сайтов. / Л.Лавдей, С.Нихаус. – М: Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2018

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОГРАММЕ

Приложение № 1

### ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ:

1. Понятие Интернет-маркетинга.
2. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
3. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России.
4. Средства Интернет-коммуникации.
5. PR-кампания в Интернете.
6. Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики.9
7. Понятие контекстной рекламы.
8. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
9. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.
10. Понятие поискового продвижения сайта.
11. Поисковая оптимизация.
12. Понятие и сущность социальной сети.
13. Интеграция сайта с социальными сетями.
14. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.
15. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
16. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет-маркетинга.
17. Понятие эффективности мероприятий Интернет-маркетинга.
18. Пост-клик анализ рекламной кампании.
19. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы.
20. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов
21. Рекламная кампания в сети Интернет
22. Место и роль мероприятий Интернет-маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий.
23. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
24. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России.
25. Средства Интернет-коммуникации.
26. Отличительные особенности средств маркетинговых коммуникаций от традиционных.
27. Интерактивный Интернет маркетинг.
28. Вирусный маркетинг.

29. Сущность и преимущества контекстной рекламы.
30. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
31. Место контекстной рекламы в Интернет-маркетинге.
32. Рынок контекстной рекламы.
33. Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords.
34. Сервисы контекстной рекламы.
35. Сущность поискового продвижения сайта.
36. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта.
37. Подбор ключевых запросов.
38. Поисковая оптимизация.
39. Преимущества поискового продвижения сайта.
40. Перелинковка.
41. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.
42. Сущность социальной сети.
43. Стратегия продвижения в социальных сетях.
44. Интеграция сайта с социальными сетями.
45. Основные отличия российских и иностранных социальных сетей на примере Facebook, Twitter, Вконтакте, Одноклассники.
46. Инструменты продвижения в социальных сетях
47. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.
48. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет-маркетинга.
49. Анализ спроса в сети Интернет.
50. Web-аналитика.
51. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
52. Эффективность мероприятий Интернет-маркетинга.
53. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.
54. Аналитический отчет мероприятий Интернет-маркетинга.
55. Webсервисы статистики посещений сайтов: отличия и преимущества.



**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ:**

1. Интернет-маркетинг в современных условиях
2. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет
3. Контекстная реклама
4. Поисковое продвижение сайта (SEO)
5. Социальные сети.
6. Порталы и блоги
7. Технологии баннерной рекламы
8. Аудитория Интернета.
9. Основные принципы работы с аудиторией сайта
10. Медиапланирование.
11. Анализ эффективности интернет-рекламы.
12. Веб-аналитика.
13. Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге
14. Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинга