

ДЕПАРТАМЕНТ ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ  
ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ  
«ЖЕНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР»

СОГЛАСОВАНО

Заместитель руководителя Департамента труда и  
социальной защиты населения города Москвы

«18» 06 А.В. Бесштанько  
2018 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБУ

«Женский деловой Центр»

Н.В. Филимонова  
2018 г.



**ПРОГРАММА**

повышения квалификации (дополнительное профессиональное образование)  
«Интернет-маркетинг»

**Цель:** Формирование и усовершенствование профессиональных компетенций в области продвижения и поисковой оптимизации сайтов, необходимых для выполнения профессиональной деятельности, согласно профессиональному стандарту «Специалист по интернет-маркетингу».

**Планируемые результаты обучения:**

- Ознакомление с принципами интернет-маркетинга и знакомство с необходимыми каналами продвижения;
- Осуществление поискового продвижения и привлечение целевой аудитории;
- взаимодействие с пользователями в социальных сетях.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

<b>Категория обучающихся:</b>	граждане, направленные органами службы занятости	<b>Форма обучения:</b>	очно-заочная
<b>Минимальный уровень образования принимаемых на обучение:</b>	среднее профессиональное образование	<b>Недельная нагрузка:</b>	24-32 часов
<b>Продолжительность обучения:</b>	3 недели	<b>Режим занятий:</b>	3-5 дней в неделю по 6-8 часов. Возможно обучение в выходные

№ п/п	Наименование дисциплин	Всего часов	Из них			Форма контроля (экзамен, зачет)
			Лекции	Практические	Заочные	
1.	Социальная адаптация женщин.	2	2			
2.	Охрана труда и здоровья.	2	2			
3.	Основы маркетинга, портрет клиента.	8	2	4	2	
4.	Медиа-планирование. Маркетинговый бюджет. Форматы интернет-рекламы.	8	2	4	2	
5.	Системы аналитики, необходимые инструменты. Установка и настройка. Оценка данных.	9	3	4	2	
6.	Системы управления сайтом. Содержание и структура сайта. Обновление. Контакты и обратная связь. Сервисы на сайте. Мобильные приложения.	8	3	3	2	

7.	Понятие SEO(поисковая оптимизация.) Внутренняя и внешняя оптимизация.	9	3	4	2	Зачет
8.	Контекстная и таргетированная реклама. Площадки для размещения объявлений. Виды запросов. Структура запросов. Посадочная страница. Оптимизация бюджета. Статистика	8	2	4	2	Зачет
9.	Копирайтинг. Основные категории, понятие, термины копирайтинга. Основные формы рекламных текстов. Анализ рекламных текстов. Типичные ошибки.	5	1	2	2	
10.	Е-mail маркетинг. Инструменты для рассылки. Формирование базы клиентов. Составление писем. Эффективная рассылка	5	1	2	2	
11.	Smm (продвижение в социальных сетях). Выбор социальной сети. Формат общения в социальной сети. Разработка успешной страницы. Продажи в социальных сетях. Ведение групп в социальных сетях.	6	2	2	2	
<b>Итоговая аттестация</b>		<b>2</b>	<b>Экзамен</b>			
<b>ИТОГО</b>		<b>72</b>	<b>23</b>	<b>29</b>	<b>18</b>	

### ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа «Интернет-маркетинг» предназначена для повышения квалификации женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3-х лет, направленных на обучение органами службы занятости в ГБУ «Женский деловой Центр».

**На обучение принимаются лица, имеющие образование не ниже среднего профессионального.**

Программой обучения предусмотрено изучение социально-экономических и технических дисциплин, охраны труда, дисциплины по социальной адаптации женщин, общепрофессиональных и специальных дисциплин.

Практическое обучение предусматривает выполнение практико-ориентированных заданий, связанных с будущей деятельностью обучающегося.

Слушатели, освоившие программу обучения «Интернет-маркетинг», должны овладеть знаниями и умениями, перечисленными в перечне профессиональных компетенций (квалификационной характеристике).

Промежуточный контроль предусматривает проверку сформированных знаний, умений и компетенций после завершения изучения тем программы и проводится в виде зачета. Зачет может проводиться как в форме теста, лабораторной работы, так и другой практико-ориентированной задачи.

Итоговая аттестация осуществляется в форме экзамена в виде теста или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Выпускники по данному курсу востребованы в любой сфере профессиональной деятельности, начиная от предприятий среднего и малого бизнеса, бюджетных учреждений и организаций, заканчивая индивидуальными предпринимателями и некоммерческими организациями.

Учебная программа подходит начинающим или желающим начать свою профессиональную деятельность в качестве специалиста по интернет-маркетингу и продвинутых маркетологов, не связанных с Интернетом, которые хотят узнать больше о продажах через Интернет. Для руководителей отделов маркетинга в случае, для понимания процессов и принципов работы в области интернет-маркетинга, а также контролировать специалистов по интернет-маркетингу и подрядчиков.

### ОПИСАНИЕ ПЕРЕЧНЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В РАМКАХ ИМЕЮЩЕЙСЯ КВАЛИФИКАЦИИ, КАЧЕСТВЕННОЕ ИЗМЕНЕНИЕ КОТОРЫХ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОБУЧЕНИЯ (квалификационная характеристика)

Обучающийся, успешно освоивший программу курса «Интернет-маркетинг»,

**должен знать:**

- как правильно подобрать каналы интернет-маркетинга под бизнес и его целевую аудиторию;
- как привлечь посетителей на сайт;
- как подготовить медиаплан;
- как распределить бюджет;
- как осуществляется поисковое продвижение;
- как настраивается контекстная и таргетированная реклама, ремаркетинг;
- основы копирайтинга;
- основы контент-маркетинга;
- принципы e-mail маркетинга;
- как использовать социальные сети для продвижения, как выбрать социальную сеть и общаться с пользователями;
- как взаимодействовать с подрядчиками и контролировать их;

**должен уметь:**

- составлять портрет клиента и подбирать под него необходимые каналы продвижения;
- составлять медиаплан;
- анализировать сайт с точки зрения юзабилити, seo, посещаемости;
- создавать объявления контекстной и таргетированной рекламы;
- составлять тексты;
- составлять контент-план;
- взаимодействовать с пользователями в социальных сетях;
- собирать базу и делать рассылку;
- контролировать исполнителей;
- составлять технические задания (брифы);
- анализировать работу в интернет-маркетинге.