

Описание

Программа обучения включает:

- Маркетинг в цифровой экономике. Система управления, маркетинговые исследования и стратегии.
- Каналы продвижения и инструменты в цифровом-маркетинге. Web-аналитика и usability. Поисковая оптимизация (SEO).
- Реклама и продвижение. Маркетинг в социальных сетях (Содержание SMM).
- Оценка эффективности цифрового маркетинга (KPI).
- Инструменты интернет-маркетинга
- Разработка стратегии продвижения в интернете
- Управление реализацией стратегии продвижения
- Практикум по программе «SMM-маркетинг: программа подготовки специалистов по продвижению товаров и услуг в социальных сетях»

Консультации

Итоговый экзамен

Цель программы

Является формирование у слушателей готовности планировать и реализовывать маркетинговую деятельность в информационно-коммуникационной сети Интернет

Актуальность программы

Цифровая экономика и интернет-технологии влияют на все сферы современной общественной жизни. Распространение и использование интернет-технологий способствует расширению масштабов торговли, более активному использованию капитала, усилению конкуренции и появлению новых рабочих мест, в том числе для лиц с ограниченными возможностями, а переход маркетинговой активности участников рынка в онлайн-среду дает новые возможности для развития, как существующего, так и нового бизнеса. Основываясь на постулатах традиционного маркетинга, интернет-маркетинг является эффективным инструментом исследований развития торговли и бизнеса, воздействия на целевую аудиторию. Освоение программы «Интернет-маркетинг» позволит сформировать или модернизировать представления о стратегиях и тактиках маркетинговой деятельности в сети Интернет, как действующим предпринимателям, так и лицам, планирующим открыть собственный бизнес.

Задачи

- изучение особенностей, методов и инструментов интернет-маркетинга;
- ознакомление с современными тенденциями в развитии теоретических основ и практики интернет-маркетинга, включая маркетинг взаимодействия и партнерских отношений, маркетинг, ориентированный на стоимость, разработку и использование моделей ценности товаров и услуг, использование IT-технологий в маркетинговой деятельности;
- формирование умений, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области интернет-маркетинга, при разработке маркетинговых планов и проектов

Планируемые результаты обучения

В результате освоения ДПП слушатель должен знать:

- методы проведения маркетингового исследования;
- понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).

В результате освоения ДПП слушатель должен уметь:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- использовать инструменты проектного управления успешными брендами;
- сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги);
- управлять продажами товаров и услуг;
- проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании;
- формировать имидж и деловую репутацию организации;
- продвигать товары (услуги) организации на рынок;
- улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики;
- выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий;

- проводить анализ результативности коммуникационной политики;
- использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики.

В результате освоения ДПП слушатель должен овладеть следующими практическими навыками:

- первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;
- подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений;
- размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе;
- составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- составление стратегии поискового продвижения;
- анализ поведения посетителей веб-сайта;
- сбор статистических и аналитических данных

Получение квалификации

- способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития цифрового маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды;
- готовность применять различные методы и инструменты, используемые при планировании, организации и контроле маркетинговых мероприятий в условиях развития цифровой экономики;
- способность определять инновационные подходы к управлению маркетингом товаров и услуг с применением информационных технологий;
- способность оценивать эффективность проведенных маркетинговых мероприятий, разрабатывать предложения по их совершенствованию.

После прохождения программы обучения и по итогам сдачи итоговой аттестации, слушателям присваивается квалификация «SMM специалист»

В результате освоения программы слушатели должны знать:

- методы проведения маркетингового исследования;
- понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).

В результате освоения программы слушатели должны уметь:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- использовать инструменты проектного управления успешными брендами;
- сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги);
- управлять продажами товаров и услуг;
- проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании;
- формировать имидж и деловую репутацию организации;
- продвигать товары (услуги) организации на рынок;
- улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики;
- выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий;
- проводить анализ результативности коммуникационной политики;
- использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики.

Слушатель, освоивший программу, будет обладать следующими компетенциями:

ОК 1. Знание прав и обязанностей гражданина; свободы и ответственности, в том числе знание правил личной и общественной гигиены;

ОК 2. Потребность к самосовершенствованию (самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации);

ОК 3. Способность организовать свою работу ради достижения поставленных целей; готовностью к использованию инновационных идей;

ОК 4. Владение культурой безопасности и рискориентированным мышлением, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов в жизни и деятельности;

ОК 5. Установка на психологическую готовность к преодолению стрессовых воздействий, управлению психологическим состоянием;

ОК 6. Способность работать самостоятельно;

ОК 7. Способность принимать решения в пределах своих полномочий;

ОК 8. Способность к абстрактному и критическому мышлению, исследованию окружающей среды для выявления ее возможностей и ресурсов, способность к принятию нестандартных решений и разрешению проблемных ситуаций;

ОК 9. Способность использования основных программных средств, умение пользоваться глобальными информационными ресурсами, владение современными средствами телекоммуникаций, способность использовать навыки работы с информацией из различных источников для решения профессиональных и социальных задач;

ОК 10. Способность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

владение навыками SMM специалист: общепрофессиональными компетенциями:

ОПК 1.1. Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

ОПК 1.2. Владение способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ОПК 1.3. Понимать сущность и социальную значимость своей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОПК 1.4. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОПК 1.5. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них

ответственность.

ОПК 1.6. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения возложенных на него профессиональных задач, а также для своего профессионального и личностного развития

Слушатель, освоивший программу, будет обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа:

ПК 1.1. готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

ПК 1.2. способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития цифрового маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды;

ПК 1.3. готовность применять различные методы и инструменты, используемые при планировании, организации и контроле маркетинговых мероприятий в условиях развития цифровой экономики;

ПК 1.4. способность определять инновационные подходы к управлению маркетингом товаров и услуг с применением информационных технологий;

ПК 1.5. способность оценивать эффективность проведенных маркетинговых мероприятий, разрабатывать предложения по их совершенствованию.