



Калининградский государственный технический университет

Институт отраслевой экономики и управления



Реклама в телекоммуникационной сети «Интернет»

программа повышения квалификации

Пояснительная записка к программе ДПО

Программа реализуется в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Категория слушателей	Лица, имеющие высшее образование (бакалавриат)
Срок освоения	72 часа
Режим занятий	Без отрыва от работы
Форма обучения	Смешанная/дистанционная

Цель программы

- ✓ Получение компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности в области «Подбор рекламных каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

Планируемые результаты обучения

- Выявление таргетированного потребителя для продукта продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»
- Планирование и разработка показателей, обеспечивающих эффективность продвижения рекламы в телекоммуникационной сети «Интернет»
- Получение навыков подбора медиаканалов продвижения и медиапланирования для построения эффективных коммуникаций в сети «Интернет»
- Разработка стратегии продвижения для повышения показателей эффективности среди целевой аудитории интернет-пользователей

Компетентностный профиль программы

Профессиональный стандарт 1188

«Специалист по интернет-маркетингу»

утв. Приказом Минтруда и социальной защиты населения от 19 февраля 2019 года №95н

Обобщенная трудовая функция

Реализация стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Уровень квалификации 6

Трудовые функции	I/01.6 I/02.6 I/03.6	Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Анализ трафика на веб-сайте
Знания	<ul style="list-style-type: none"> ○ Особенности выявления таргетированного потребителя для продукта продвижения в «Интернет» ○ Специфики функционирования современных каналов рекламного продвижения в информационно-поисковой среде «Интернет» ○ Программ и сервисов для исследования поведения конкурентов в среде «Интернет» ○ Особенности функционирования современных веб-аналитических систем ○ Системной разработки показателей эффективности продвижения в сети «Интернет» ○ Состава и особенностей комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, интернет-форумами ○ Особенности формирования бюджета на рекламное продвижение в сети «Интернет» 	
Умения	<ul style="list-style-type: none"> ○ Выявление маркетинговых преимуществ веб-сайтов конкурентов ○ Проведение мониторинга информации о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-коммуникационной среде «Интернет» ○ Сегментирование целевой аудитории рекламной кампании ○ Проведение анализа показателей эффективности контекстно-медийной рекламной компании ○ Пользование профессиональными системами, программами и сервисами для формирования бюджета продвижения ○ Ведение опросов, конкурсов в социальных медиа ○ Выявление эргономичности веб-сайтов 	
Трудовые действия	<ul style="list-style-type: none"> ○ Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи ○ Оперирование методами выбора каналов продвижения в сети «интернет» ○ Формирование системы показателей эффективности продвижения в сети «Интернет» ○ Разработка плана эффективного рекламного продвижения ○ Управление технологиями анализа трафика на веб-сайте ○ Расчет бюджета на проведение рекламной кампании 	



Учебный план

№	Наименование модулей	Всего часов	Объем учебной работы, в ч.			Форма контроля
			Контактная работа лекций	ПР	СР	
1	Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	14	4	4	6	Тестирование, «круглый стол»
2	Согласование показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	29	6	8	15	Тестирование, «круглый стол»
3	Анализ эффективности трафика на веб-сайте	29	6	8	15	Тестирование, «круглый стол»
4	Итоговая аттестация					Зачет
Итого:		72	16	20	36	

Календарный учебный график

Наименование модулей	№ учебной недели с начала обучения			
	1	2	3	4
Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		А		
Согласование показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			А	
Анализ эффективности трафика на веб-сайте				А
Итоговая аттестация				И

■ – учебные занятия, А – промежуточная аттестация, И – итоговая аттестация

Содержание модулей

Модуль 1

Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- Определение понятий: «каналы продвижения», «медиаканалы», «медиасреда», «медиаполе», «медиасреда».
- Геополитический, ноосферный и социальный подходы. Интернет как инструмент предпринимательства.
- Комплексный интернет-маркетинг. Формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети «Интернет». Интернет – СМИ и пользовательские «новые медиа».
- Принципы и закономерности функционирования рекламы в сети «Интернет».
- Сущность и структура коммуникации, основные модели, каналы и институты коммуникации.
- Правовые и этические основы рекламной деятельности.



Модуль 2

Согласование показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

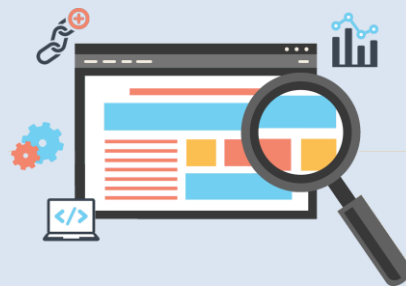
- Разработка алгоритма кампании продвижения в сети «Интернет». Применение методов сегментации, стратификации целевого потребителя в сети «Интернет».
- Критерии, принципы и показатели эффективной сегментации.
- Маркетинговая тактика.
- Выбор, обоснование и согласование показателей эффективности для определенного целевого рынка потребителей.
- Бюджетирование кампании продвижения в сети «Интернет».



Модуль 3

Анализ эффективности трафика на веб-сайте

- Понятие эффективности рекламного продвижения. Эффективность социальная, экономическая, психологическая. Прогнозирование эффективности кампании продвижения в сети «Интернет». Оценка эффективности по выбранным показателям для кампании продвижения продукта или товарной марки в телекоммуникационной сети «Интернет».
- Сервисы мониторинга социальных сетей Оценка эффективности и аудит.
- Изучение основ веб-аналитики и настройки контекстной рекламы
- Основы оптимизации сайтов (SEO).



Промежуточная аттестация по модулям

К оценочным средствам поэтапного формирования результатов освоения курса относятся:

- результаты работы в малых группах
- использование технологии «круглый стол»

Материально-техническое обеспечение учебного процесса

В ходе освоения дисциплины обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

При дистанционном обучении преподавателю обеспечивается доступ к платформе проведения вебинаров в соответствии с расписанием. Технические и программные средства обеспечиваются слушателем самостоятельно.

При смешанном обучении занятия проводятся в компьютерных классах и мультимедийных аудиториях, оборудованных техническими средствами для проведения презентаций:

- персональный компьютер с ОС Windows 10;
- проектор;
- программное обеспечение MS Office версий 2007 и выше;
- доступ в сеть Интернет.

При всех формах реализации программы должны соблюдаться требования соответствующих СанПиН.

Материалы дисциплины для слушателей размещены в ЭИОС КГТУ

<http://eios.klgtu.ru/mod>

Методические рекомендации по реализации программы

Входная диагностика выполняется в форме анкетирования:

- владение основами работы в программном пакете MS Office, коммуникационной сети Интернет;
- степень ознакомленности с вопросами электронной коммерции;
- наличие мотивации к получению дополнительного профессионального образования.

Для более результативного обучения слушателю полезно:

- изучить теоретический материал в рамках программы;
- ознакомиться с литературой, рекомендованной преподавателем;
- выполнить задания, предложенные преподавателем;
- составить перечень вопросов, вызывающих затруднения, неясности или сомнения, обсудить их с преподавателем на консультации или на занятии.

Кадровое обеспечение



**Дорофеева
Виктория Вячеславовна**

доктор экономических наук,
профессор,
зав. кафедрой менеджмента



**Моисеева
Виктория Глебовна**

старший преподаватель



**Енина
Екатерина Сергеевна**

кандидат экономических наук,
доцент