



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

**Институт отраслевой экономики и управления**

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
(программа повышения квалификации)**

**ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В  
ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ  
ИНТЕРНЕТ**

**Трудоемкость – 72 ч.**

Разработчик: кафедра менеджмента Института отраслевой экономики и  
управления  
Автор: Доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доцент Беклемешева  
Е.В.

г. Калининград, 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ	3
2 УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	5
2.1 Учебный план	5
2.2 Календарный учебный график	5
3 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	6
3.1 Учебно-тематический план	6
3.2 Содержание тем (модулей)	7
3.3 Промежуточная аттестация	7
4 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	8
4.1 Обеспеченность образовательного процесса учебной литературой и информационными ресурсами	8
4.2 Материально-техническое обеспечение учебного процесса	8
4.3 Организация образовательного процесса	9
4.4 Кадровое обеспечение	9
4.5 Методические рекомендации по освоению программы	9
5 ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОГРАММЕ	10

# 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Программа реализуется в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», Приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru> (дата обращения – 26.04.2023), Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profstandart.rosmintrud.ru> (дата обращения – 26.04.2023).

**Цель:** Получение компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности в области проведения исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (уровень квалификации б)

**Задачи:**

- исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- исследование спроса в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»;
- формирование отчета о проведенном маркетинговом исследовании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

**Категория слушателей.**  
**(требования к квалификации слушателей):** Лица, имеющие высшее образование – бакалавриат, специалитет.  
Обучение по программе возможно для лиц, имеющих высшее образование и среднее профессиональное образование, а также студентов высших и средних учебных заведений (выпускной курс).

**Срок освоения:** 72ч

**Режим занятий:** Без отрыва от работы

**Форма обучения:** очная, с использованием дистанционных образовательных технологий

## **Планируемые результаты обучения. Компетентностный профиль программы.**

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения:

В соответствии с ФГОС ВО 38.03.02 Менеджмент:

ОПК-2: Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

ОПК-5: Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

ПКД-7: обладание навыками проведения качественных и количественных маркетинговых исследований, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг

**Профессиональный стандарт «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н**

### **ОТФ:**

Н Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

### **ТФ:**

Н/01.6 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

Н/02.6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

Н/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

## **Планируемые результаты обучения согласно Профессиональному стандарту**

- Умения:
- 1) разработка планов проведения маркетингового исследования в цифровой среде;
  - 2) формулирование цели, задач и рабочих гипотез маркетингового исследования;
  - 3) конструирование форм сбора данных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
  - 4) определение объема и состава исследовательской выборки при проведении исследования в информационно-

- телекоммуникационной сети «Интернет»;
- 5) формирование конкурентной карты по итогам вебаналитики конкурентов;
- 6) построение «Портрета потребителя» на основе оценки цифрового следа.

- Знания:**
- 1) навыки проведения сегментации потребителей в цифровой среде;
  - 2) технологии проведения маркетинговых исследований конкурентов и потребителей в цифровой среде;
  - 3) навыки построения «Портрета потребителя» на основе оценки цифрового следа;
  - 4) навыки прогнозирования поведения потребителей и конкурентов на основе веб-аналитики;
  - 5) навыки составления и презентации отчета о проведенном маркетинговом исследовании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Трудовые действия**
- 1) Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
  - 2) Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
  - 3) Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

## 2 УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

### 2.1 Учебный план

№	Наименование предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Всего часов	в том числе			Форма контроля
			лекций	практ. занятий	СР	
1.	Проведение маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	72	12	24	36	
	Итоговая аттестация					Зачет
	Итого:	72	12	24	36	

### 2.2 Календарный учебный график

Наименование предметов, курсов, дисциплин (модулей)	№ учебной недели с начала обучения			
	1	2	3	4
Проведение маркетинговых		А	А	

исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
Итоговая аттестация				И

□ – учебная неделя;

А – промежуточная аттестация;

И – итоговая аттестация;

× – нет недели

Примечание: занятия три дня в неделю по 4 часа в день, итоговая аттестация на 4-ой неделе

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

#### 3.1 Учебно-тематический план

№	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе			Форма контроля
			лекций	практ. занятий	СР	
1.	Теоретические и методологические аспекты проведения маркетинговых исследований в цифровой среде	18	4	8	6	Практическое задание
2.	Проведение маркетингового исследования конкурентов в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»	27	4	8	15	Практическое задание
3.	Маркетинговые исследования поведения потребителей и потребительского спроса в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»	27	4	8	15	Практическое задание
Итого:		72	12	24	36	Зачет

#### 3.2 Содержание тем (модулей)

Тема 1. Теоретические и методологические аспекты проведения маркетинговых исследований в цифровой среде

Понятие маркетингового исследования; цель проведения маркетинговых исследований; классификация маркетинговых исследований; виды и источники информации для маркетинговых исследований в цифровой среде; методическое обеспечение маркетинговых исследований в цифровой среде; типы сбора данных онлайн; методы поиска вторичной информации в цифровой среде; особенности сбора первичных данных в сети «Интернет»; конструкторы форм для проведения онлайн-опросов; сущность, назначение и виды cookie-файлов.

Разработка плана маркетингового исследования; определение цели, задач, рабочих гипотез маркетингового исследования; выбор источников и методов сбора информации в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»; определение объема и состава исследовательской выборки объектов исследования; разработка Яндекс-формы для сбора первичных данных.

### Тема 2. Проведение маркетингового исследования конкурентов в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»

Понятие и классификация конкурентов; показатели оценки конкурентов; методы оценки конкурентов в цифровой среде; источники информации о конкурентах в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»; формы представления информации о конкурентах.

Оценка интернет-сайта конкурента; оценка конкурентов посредством социальных сетей; построение конкурентной карты по итогам собранной в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет» информации о конкурентах.

### Тема 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и потребительского спроса в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»

Сущность и методические аспекты сегментации потребителей; источники информации о поведении целевых потребителей в цифровой среде; модели поведения потребителей в цифровой среде; оценка потребительских предпочтений посредством инструментов интернет-маркетинга; направления и способы исследования целевых аудиторий в сети «Интернет»; прогнозирование потребительского спроса на основе оценки цифрового следа потребителей.

Настройка системы аналитики на примере ЯндексМетрики. Формирование «Портрета целевого потребителя» посредством веб-аналитики.

## **3.3 Промежуточная аттестация**

Оценочные средства.

Для оценки результатов освоения программы используются:

– оценочные средства поэтапного формирования результатов освоения дисциплины;

К оценочным средствам поэтапного формирования результатов освоения программы относятся:

– результаты самостоятельной работы студента в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

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

## **4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ**

### **4.1 Обеспеченность образовательного процесса учебной литературой и информационными ресурсами**

Материалы программы для слушателей размещены – <http://eios.klgtu.ru/mod> ЭИОС КГТУ. Доступ к материалам осуществляется после регистрации на основании договора об оказании образовательных услуг по программе профессионального повышения квалификации.

### **4.2 Материально-техническое обеспечение учебного процесса**

#### *Необходимые лаборатории и оборудование*

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

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ) является ежегодно обновляемым приложением к рабочим программам дисциплин (рассматривается УМС и утверждается отдельно) и размещается на официальном сайте в разделе «Образовательные программы высшего образования университета» и в ЭИОС.

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 7 – 10;
- проектор;
- программное обеспечение MS Office версий 2007 и выше;
- доступ в сеть Интернет.

При всех формах реализации программы должны соблюдаться требования соответствующих СанПиН.

### **4.3 Организация образовательного процесса**

Реализация программы осуществляется в соответствии с требованиями к организации образовательного процесса в университете, изложенными в локальных нормативных актах.



#### **4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Организационно-педагогические условия обеспечивают реализацию программы в полном объеме и соответствии качества подготовки обучающихся установленным требованиям.

Реализация программы обеспечивается профессорско-преподавательским составом отвечающему одному из следующих критериев:

- наличие ученой степени (ученого звание) по направлению читаемых дисциплин;
- наличие опыта практической работы не менее 5 лет по направлению дисциплины и опыта преподавательской работы не менее 2 лет.

#### **4.5 Методические рекомендации по освоению программы**

Изучать программу рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данном модуле (дисциплине, теме), раскрывает ее практическое значение.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На практическом (семинарском) занятии преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебнопознавательной деятельности обучающегося.

Изучение программы (модуля, дисциплины, темы) включает самостоятельную работу обучающегося. Основными видами самостоятельной работы обучающихся с участием преподавателей являются: текущие консультации; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий). Основными видами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям; написание рефератов, докладов; подготовка к семинарам и лабораторным работам; выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин.

### **5 ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОГРАММЕ**

Итоговая аттестация выпускника программы повышения квалификации «Проведение маркетинговых исследований в информационно - телекоммуника-

ционной сети «Интернет»» производится путем представления и защиты обучающимся Отчета - презентации о проведенном в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» маркетинговом исследовании конкурентов и потребителей на примере конкретного хозяйствующего субъекта.

### Оценочные средства

Показатель оценивания	«Зачтено»	«Не зачтено»
Полнота и качество данных об условиях реализации инвестиционного проекта	Информация о ходе проведения маркетингового исследования изложена корректно, нет существенных замечаний к исходным данным и их изложению	Информация о маркетинговом исследовании изложена неполно, представлена фрагментарно, что не позволяет корректно произвести оценку полноты и достоверности результатов работы.
Корректность заполнения расчетно-аналитических таблиц, построения диаграмм, исходя из представленной информации	Все обязательные к заполнению расчетно-аналитические таблицы заполнены корректно, диаграммы построены без существенных замечаний, допущенные ошибки не влияют на оценку результатов проведенного исследования	Все обязательные к заполнению расчетно-аналитические таблицы заполнены не в полном объеме, допущены существенные ошибки и неточности в построении диаграмм, что не позволяет корректно произвести оценку результатов исследования
Грамотность интерпретации полученных результатов	Результаты исследования – конкурентная карта, портрет потребителя, прогнозная оценка спроса на товары (услуги) предприятия выполнены без ошибок или с незначительными замечаниями без нарушения методики их расчета, интерпретация результатов дана правильно и корректно	Результаты исследования получены с грубыми ошибками в методике расчета, интерпретация результатов дана неправильно

Дополнительная профессиональная программа (программа повышения квалификации) рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол от 06.03.2024 №9).

Согласовано  
Заместитель директора по дополнительному  
образованию и практической подготовке

 А.Н. Кохан

Директор института



А.Г. Мнацаканян