

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОСТОВСКИЙ ЦЕНТР ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СВЯЗИ»**

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 027552b10065b18ba54229c9f7eb5b688e

Владелец: ЧОУ ДПО ""РЦПК ИТС""

Дата подписи: 30.10.24 11:54

Действителен: с 2024-05-03 до 2025-08-03

**«УТВЕРЖДАЮ»
Директор
ЧОУ ДПО «РЦПК ИТС»**

_____ **Е.И. Самойлова**

«30» октября 2024 г.

Программа дополнительного профессионального образования
«Специалист по интернет-маркетингу»

Настоящая программа дополнительного образования «Специалист по интернет-маркетингу» / «Интернет-маркетолог» разработана с учётом имеющейся потребности на рынке ИТ-компаний региона и в целях подготовки кадрового резерва специалистов, адаптированных под бизнес-процессы ИТ-компаний и запросы рынка информационных технологий.

Цель программы:

- формирование знаний об особенностях маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- изучение основных направлений использования Интернет-маркетинга в России и за рубежом.

К освоению программы допускаются лица, являющиеся специалистами в области маркетинга и продаж различных направлений и с разным опытом работы. Специальных требований к поступающим нет.

Процесс освоения слушателями данной программы направлен на совершенствование и (или) получение следующих компетенций:

а) **знать:**

- выявления потребностей (спроса) на товары/услуги;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; анализа маркетинговой среды организации;
- принципы и методы организации труда в команде Методы контроля и управления командой на рабочем месте;
- основные правила вежливой коммуникации при взаимодействии в сети Интернет на русском языке;
- виды поисковых запросов пользователей в интернете Программные средства и платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику сайта;
- основы компьютерной грамотности Культура речи Грамматика русского языка;
- особенности функционирования поисковых систем

- основы контекстно-медийной рекламы в интернете;
- инструменты сбора и анализа поисковых запросов;
- функционирование современных социальных сетей Аудитория социальных интернет-медиа;
- КРІ (ключевые показатели эффективности) каждого канала интернет-маркетинга;
- особенности каждого канала интернет-маркетинга с точки зрения скорости запуска, получения первых результатов и необходимых бюджетов;
- этапы запуска контекстно-медийной рекламы;
- основные ошибки, допускаемые в контекстно-медийной рекламе и как их избежать;
- алгоритм реакции на упоминания в социальных сетях Рекламные инструменты социальных сетей, включая особенности рекламных кабинетов основных социальных сетей (не менее двух);
- правила работы с рассылками, включая создание цепочек писем и триггерные рассылки;
- структуру продающего письма для рассылки;
- особенности работы с партнёрскими площадками: риски, возможности и бюджетирование;
- особенности работы с медийными агентствами;
- риски, возможности и бюджетирование;
- процесс отбора и контроля исполнителей по SMM;
- базовые правила юзабилити сайта Базовые правила UXD сайта.

б) владеть навыками:

- использовать программные средства и платформы для подбора и анализа ключевых слов и словосочетаний;
- анализировать полученный список ключевых слов и словосочетаний с точки зрения соответствия техническому заданию;
- размещать текстовую и графическую информацию на страницах сайта;
- редактировать гипертекстовую разметку сайта с использованием систем администрирования;
- проверять гипертекстовую разметку сайта на соответствие отраслевым стандартам;
- анализировать сайты для размещения информации о продвигаемом сайте;
- выбирать разделы и места на страницах на партнерских сайтах для размещения информации о продвигаемом сайте;
- составлять тексты, включающие ссылки на продвигаемый сайт, для размещения на сайтах партнеров;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- составлять рекламные объявления, привлекательные для целевой аудитории продвигаемого сайта;
- анализировать рекламные объявления на соответствие выданному техническому заданию;
- прогнозировать бюджет на контекстно-медийную рекламу;
- самостоятельно запустить контекстно-медийную рекламу, состоящую минимум из 2-х групп запросов и включающую минус-слова;
- составлять первый вариант семантического ядра сайта;
- проводить анализ тестовой рассылки, включая выводы и рекомендации;
- определять частоту запросов с помощью сервиса анализа показов рекламных объявлений;
- составлять контент-план на 2 недели для сообщества в социальных сетях (не менее

- трех социальных сетей);
- писать пост для трех социальных сетей контент-плану (на выбор);
 - продвигать пост в трех социальных сетях, показать все возможности для продвижения поста;
 - создать и запустить рекламную кампанию на сайт в трех социальных сетях, состоящую минимум из 2-х групп объявлений, отличающихся аудиторией и более, чем 3-х объявлений внутри группы, отличающихся креативом;
 - запускать рассылку по предоставленной базе, ориентированную на наилучшие Open Rate и Click Rate;
 - определять наиболее выгодный для организации канал интернет-маркетинга, используя данные веб-аналитики и расчёты по количеству и стоимости посетителей по каждому источнику трафика;
 - проводить процедуру отбора исполнителей на выполнение работ в сфере интернет-маркетинга;
 - оценивать на полноту и достоверность отчёты исполнителей по каждому каналу интернет-маркетинга Составить требования к CRM.