



Study Pulse

ООО «Пульсар Центр»

127495, г. Москва, Долгопрудненское шоссе, дом 3, пом. IX, ком. 43

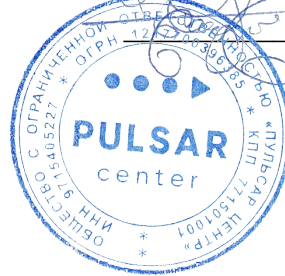
ИНН: 9715405227 КПП: 771501001 ОГРН: 1217700396385

Сайт: studypulse.ru Почта: info@studypulse.ru Телефон: +7 (495) 191-86-10

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор ООО «Пульсар Центр»

Р.А. Бедретдинов
«05» июня 2025 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

«Современный интернет-маркетинг»

(Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет")

Москва 2025

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Современный интернет-маркетинг»

№	Наименование разделов и тем	Общая трудоемкость, ч.	Всего контакти, ч.	Контакт		Контактные часы		СРС, ч	Формы контроля
				синхрон	асинхрон	лекции	практические и семинарские занятия		
1	Современный интернет-маркетинг	254	118	6	112	38	80	136	промежуточная аттестация
2	Итоговая аттестация	2	2	0	2	0	2	0	защита ВАР
	Итого	256	120	6	114	38	82	136	

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Современный интернет-маркетинг»

Категория слушателей: – лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование

Срок обучения: от 12 недель

Форма обучения: – очно-заочная форма обучения с применением дистанционных образовательных технологий

№	Наименование разделов и тем	Общая трудоемкость, ч.	Всего контактно, ч.	Контакт		Контактные часы		СРС, ч	Формы контроля
				синхрон	асинхрон	лекции	практические и семинарские занятия		
1	Интернет-маркетинг. Понятие, особенности.	32	17	1	16	4	13	15	практическая работа, тест
1.1	Интернет маркетинг	4	1	0	1	1		3	
1.2	Маркетинговые каналы	5	1	0	1	1		4	
1.3	Определение и анализ целевой аудитории	11,5	7,5	0,5	7	1	6,5	4	практическая работа
1.4	Понятие, виды, разработка маркетинговой стратегии	11,5	7,5	0,5	7	1	6,5	4	практическая работа, тест
2	Все о сайте	51,5	23,5	1	22,5	7,5	16	28	практическая работа, тест
2.1	Сайт: что это и для чего он нужен	5	1	0	1	1		4	

2.2	Продающий сайт: структура	10,5	6,5	0,5	6	1	5,5	4	практическая работа
2.3	Веб- дизайн	5	1	0	1	1		4	
2.4	Виды конструкторов сайтов	5	1	0	1	1		4	
2.5	Создание сайта	10,5	6,5	0	6,5	1,5	5	4	практическая работа
2.6	Что такое домен и хостинг	5	1	0	1	1		4	
2.7	Как разместить готовый сайт в Интернете	10,5	6,5	0,5	6	1	5,5	4	практическая работа, тест
3	Все о контекстной рекламе	59	23	1	22	10	13	36	практическая работа, тест
3.1	Понятие контекстной рекламы, типы	5	1	0	1	1		4	
3.2	Аукционы в Яндекс.Директ. Принципы работы, регистрация и основной функционал	5	1	0	1	1		4	
3.3	Подбор ключевых запросов	11,5	7,5	0,5	7	1	6,5	4	практическая работа
3.4	Составление эффективных объявлений	11,5	7,5	0,5	7	1	6,5	4	практическая работа
3.5	Создание кампаний на поиске и Рекламной сети Яндекс	5,5	1,5	0	1,5	1,5		4	
3.6	Автоматические кампании	5	1	0	1	1		4	
3.7	Ретаргетинговые кампании	5	1	0	1	1		4	
3.8	Какие бывают стратегии, применение стратегий	5	1	0	1	1		4	
3.9	Как анализировать рекламные кампании	5,5	1,5	0	1,5	1,5		4	тест

4	SEO	59	27	1	26	9	18	32	практическая работа, тест
4.1	SEO: понятие, основы	5	1	0	1	1		4	
4.2	Понятие семантического ядра сайта: понятие, сбор, типы запросов	5	1	0	1	1		4	
4.3	Техническая SEO-оптимизация	5	1	0	1	1		4	
4.4	Поисковая SEO-оптимизация	11,5	7,5	0,5	7	1	6,5	4	практическая работа
4.5	Анализ конкурентов, коммерческие факторы	5	1	0	1	1		4	
4.6	Поведенческие факторы	11	7	0	7	1	6	4	практическая работа
4.7	Внешняя оптимизация сайта	5,5	1,5	0	1,5	1,5		4	
4.8	Подготовка сайта к SEO-продвижению	11	7	0,5	6,5	1,5	5,5	4	практическая работа, тест
5	SMM	36	16	1	15	5	11	20	практическая работа, тест
5.1	Что такое SMM	5	1	0	1	1		4	
5.2	Как создать успешное сообщество VK: оформление, наполнение контентом	5	1	0	1	1		4	
5.3	Виды публикуемого контента	10,5	6,5	0,5	6	1	5,5	4	практическая работа
5.4	Новый рекламный кабинет VK: создание, настройка	10,5	6,5	0,5	6	1	5,5	4	практическая работа
5.5	Анализ рекламы VK	5	1	0	1	1		4	

6	Маркировка рекламы в работе SMM - специалиста	4	1	0	1	1	0	3	практическая работа, тест
6.1	Маркировка: что это такое, автоматическая и ручная маркировка, важные моменты	4	1	0	1	1		3	
7	Становление в профессии	14,5	12,5	1	11,5	1,5	11	2	практическая работа, тест
7.1	Развитие в профессии	9	7	0,5	6,5	1,5	5,5	2	практическая работа, тест
7.2	Подготовка к аттестации	5,5	5,5	0,5	5		5,5		
	Итого	256	120	6	114	38	82	136	

**Календарный учебный график
программы профессиональной переподготовки
«Современный интернет-маркетинг»**

Детальный календарный учебный график формируется непосредственно при реализации программы в форме расписания занятий при наборе группы на обучение.

Длительность обучения: 12 недель.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1. Аннотация

Нормативные правовые основания для разработки дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки «Современный интернет-маркетинг» (далее – программа) составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании

в Российской Федерации»;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации

от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 20 августа 2013 г., регистрационный № 29444);

Программа разработана в соответствии с:

- профессиональным стандартом 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденным Приказом Министерства образования и науки РФ от 19 февраля 2019 года N 95н,

- единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), утвержденный Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37 (в т.ч. с изменениями вступ. в силу 01.07.2018), по профессиям Специалист по маркетингу, Менеджер по рекламе.

○ ФГОС по специальности 38.03.02 Менеджмент (утвержден приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 года № 970 (в т.ч. с изменениями вступ. в силу 27.02.2023 г.).

Целью освоения программы является формирование у слушателей профессиональной компетенции (ПК) в соответствии с ФГОС по специальности 38.03.02 “Менеджмент” и/или трудовых функций в соответствии с профессиональным стандартом 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области “Разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”, приобретение новой квалификации “Младший специалист по поисковому продвижению”.

Область профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе профессиональной переподготовки для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области интернет маркетинга, включает:

- разработка и внедрение маркетинговой стратегии;
- исследование конкурентов, пользователей и спроса в сети интернет количественными и качественными методами;
- запуск и реализация рекламной кампании в сети интернет;
- анализ рекламной кампании и продвижения в целом;
- создание сайтов и лендингов на специализированных ресурсах;
- реализация стратегии поискового продвижения в интернете;
- создание медиаплана и привлечение клиентов;
- реализация стратегии продвижения в социальных сетях;
- управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга;

- выстраивание собственной карьерной траектории;

Вид профессиональной деятельности:

- составлять семантическое ядро для рекламной кампании
- оптимизировать веб-сайт согласно требованиям поисковых систем
- проводить работы по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в поисковой выдаче
- составлять медиаплан или контент-план
- управлять стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт и минимизировать эту стоимость
- проводить аудит веб-сайта
- разрабатывать стратегии поискового продвижения.

Обобщенные (конкретные) трудовые функции, подлежащие освоению в соответствии с Профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу»:

- А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта
- А/02.4 Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем
- А/03.4 Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения
- В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы
- В/03.4 Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт
- D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения

Уровень квалификации в соответствии с профессиональным стандартом: 5.

Планируемые результаты обучения

Программа направлена на получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности, приобретение новой квалификации.

Выпускник дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки должен обладать следующими (обще)профессиональными компетенциями (ОПК, ПК) в соответствии с ФГОС по специальности 38.03.02 «Менеджмент» и/или готов выполнять следующие трудовые функции в соответствии с профессиональным стандартом 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Таблица 1 – Получаемые компетенции и/или трудовые функции

Код и наименование компетенций	Код трудовых функций	Трудовые функции
(А) Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	A/01.4	Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта
	A/02.4	Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем
	A/03.4	Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
(В) Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	B/01.4	Составление контекстно-медийного плана продвижения
	B/02.4	Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы
	B/03.4	Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной

		площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт
(D)Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	D/03.5	Разработка стратегии поискового продвижения
ФГОС	ОПК–3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Таблица 2 – Планируемые результаты обучения

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции		
		Знания	Умения	Практический опыт (при наличии)
ВД 1 Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК 1.1 (А/01.4)	З 1.1.1 специфику запуска и оптимизации рекламных кампаний в сети интернет		
	ПК 1.2 (А/02.4)	З 1.2.1 способы проведения анализа рекламной кампании и методики оценки результатов продвижения	У 1.2.1 проводить аналитику рекламной кампании и оценивать результаты продвижения	
	ПК 1.3 (А/03.4)	З 1.3.1 специфику создания разных типов	У 1.3.1 создавать посадочные страницы	ВЛ 1.3.1 Создавать посадочные страницы для продукта/услуги

		посадочных страниц		
ВД 2 Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК 2.1 (В/01.4)		У 2.1.1 создавать медиаплан	
	ПК 2.2 (В/02.4)		У 2.2.1 запускать и оптимизировать рекламные кампании в сети интернет	
	ПК 2.3 (В/03.4)	З 2.3.1 как управлять стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт и минимизировать эту стоимость	У 2.3.1 управлять стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт и минимизировать эту стоимость	
ВД 3 Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК 3.1 ОПК-3/ (D/03.5)	З 3.1.1 как разрабатывать стратегии поискового продвижения	У 3.1.1 разрабатывать стратегии поискового продвижения	

Требования к слушателям: к освоению программ допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование и лица, получающие высшее образование.

Особенности адаптации образовательной программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Разработка адаптированной образовательной программы для лиц с ОВЗ и/или инвалидностью или обновление уже существующей

образовательной программы определяются индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), рекомендациями заключения ПМПК (при наличии) и осуществляются по заявлению слушателя (законного представителя).

Форма обучения: очно-заочная (с применением дистанционных образовательных технологий).

Трудоемкость освоения: 256 академических часов, включая все виды контактной и самостоятельной работы слушателя.

Период освоения: от 12 недель.

Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы: лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной переподготовке установленного образца.

КАДРОВЫЕ УСЛОВИЯ

Руководитель программы:

Бедретдинов Р.А.

Составители программы:

Полозков Дмитрий Игоревич, специалист по интернет продвижению, эксперт в области интернет-маркетинга.

II. Содержание

№	Наименование темы	Содержание лекций (кол-во часов)	Наименование практических (семинарских занятий) (кол-во часов)	Виды СРС (кол-во часов)
1	Раздел 1. Интернет-маркетинг. Понятие, особенности. (32 ч.)			
1.1	Тема 1.1. Интернет маркетинг (4 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - цель Интернет Маркетинга - задачи Интернет Маркетинга - performance-маркетинг, brand-маркетинг - LTV, PF, ARPPU - лид-магнит, MQL, SQL - Upsale, Cross-sell, Downsale (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Интернет маркетинг » (3 ч.)
1.2	Тема 1.2. Маркетинговые каналы (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - контекстная реклама - таргетированная реклама - SMM - SEO (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Маркетинговые каналы» (4 ч.)
1.3	Тема 1.3. Определение и анализ целевой аудитории (11,5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> – что такое ЦА - как определить целевую аудиторию - признаки ЦА, классификация - лестница Бена Ханта - CJM, JTBD - инструменты для взаимодействия с ЦА (1 ч.) 	<p>Практическая работа по теме «Определение и анализ целевой аудитории» (6 ч.)</p> <p>Консультация по теме «Определение и анализ целевой аудитории» (0,5 ч.)</p>	Изучение дополнительных материалов по теме «Определение и анализ целевой аудитории» (4 ч.)
1.4	Тема 1.4. Понятие, виды, разработка	<ul style="list-style-type: none"> - что такое маркетинговая стратегия - зачем она нужна 	Практическая работа по теме «Понятие, виды, разработка маркетинговой стратегии» (6	Изучение дополнительных материалов по теме «Понятие, виды, разработка

	маркетинговой стратегии (11,5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - виды маркетинговых стратегий - digital стратегия - что такое digital стратегия - виды digital стратегии - этапы digital стратегии - оценка эффективности digital стратегии - ROI, ROMI (1 ч.) 	<p>ч.)</p> <p>Консультация по теме «Понятие, виды, разработка маркетинговой стратегии» (0,5 ч.)</p>	<p>маркетинговой стратегии» (3 ч.)</p> <p>Тест по разделу «Интернет-маркетинг. Понятие, особенности.» (1 ч.)</p>
2	Раздел 2. Все о сайте (51,5 ч.)			
2.1	Тема 2.1. Сайт: что это и для чего он нужен (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - что такое сайт - для чего нужен сайт - виды сайтов - информационные порталы - сайты-визитки - интернет-магазины - маркетплейсы - посадочные страницы - многостраничные сайты, продающие сайты (лендинги) - одноэкранные, квизы (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Сайт: что это и для чего он нужен» (4 ч.)
2.2	Тема 2.2. Продающий сайт: структура (10,5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - что такое структура сайта - зачем она нужна - что входит в структуру сайта - утп - call to action - формы обратной связи - прототипирование сайта - первый экран - последующие экраны - последний экран (подвал сайта) (1 ч.) 	<p>Практическая работа по теме «Продающий сайт: структура» (5 ч.)</p> <p>Консультация по теме «Продающий сайт: структура» (0,5 ч.)</p>	Изучение дополнительных материалов по теме «Продающий сайт: структура» (4 ч.)

2.3	Тема 2.3. Веб- дизайн (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - что дизайн сайта (Web-дизайн) - для чего он нужен - UI, UX - Цветовое соответствие - круг Иттена - Шрифтовое соответствие - читаемость и типографика - Теория близости - Карта чтения - Расположение элементов (отступы, интервалы) - Адаптивность - Мобильная версия - Брендбук (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Веб- дизайн» (4 ч.)
2.4	Тема 2.4. Виды конструкторов сайтов (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - что такое конструкторы сайтов - зачем они нужны - какие конструкторы сайтов есть в России - практическая часть - обзор функционала на примере craftum.com (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Виды конструкторов сайтов» (4 ч.)
2.5	Тема 2.5. Создание сайта (10,5 ч.)	Создание сайта в конструкторе craftum.com (1,5 ч.)	Практическая работа по теме «Создание сайта» (5 ч.)	Изучение дополнительных материалов по теме «Создание сайта» (4 ч.)
2.6	Тема 2.6. Что такое домен и хостинг (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - что такое домен - что такое хостинг - как зарегистрировать домен - практическая часть - как зарегистрировать хостинг - практическая часть (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Что такое домен и хостинг» (4 ч.)

2.7	Тема 2.7. Как разместить готовый сайт в Интернете (10,5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - подключение аналитики (Я.Метрика) - подключение почты для приема заявок - создание дополнительных почт в хостинге и их подключение (1 ч.) 	<p>Практическая работа по теме «Как разместить готовый сайт в Интернете» (5 ч.)</p> <p>Консультация по теме «Как разместить готовый сайт в Интернете» (0,5 ч.)</p>	<p>Изучение дополнительных материалов по теме «Как разместить готовый сайт в Интернете» (3 ч.)</p> <p>Тест по разделу «Все о сайте» (1 ч.)</p>
3	Раздел 3. Все о контекстной рекламе (59 ч.)			
3.1	Тема 3.1. Понятие контекстной рекламы, типы (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - типы контекстной рекламы - поиск - РСЯ - автоматические кампании - мастер кампании, смарт-баннера, динамические объявления - ретаргетинг (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Понятие контекстной рекламы, типы» (4 ч.)
3.2	Тема 3.2. Аукционы в Яндекс.Директ. Принципы работы, регистрация и основной функционал (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - принципы работы аукционов в я.директе - ютм метки (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Аукционы в Яндекс.Директ. Принципы работы, регистрация и основной функционал» (4 ч.)
3.3	Тема 3.3. Подбор ключевых запросов (11,5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> Сбор ключевых запросов Сбор минус-слов (1 ч.) 	<p>Практическая работа по теме «Подбор ключевых запросов» (6 ч.)</p> <p>Консультация по теме «Подбор ключевых запросов» (0,5 ч.)</p>	Изучение дополнительных материалов по теме «Подбор ключевых запросов» (4 ч.)
3.4	Тема 3.4. Составление эффективных объявлений (11,5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - текстовая релевантность - утп - креативы (1 ч.) 	Практическая работа по теме «Составление эффективных объявлений» (6 ч.)	Изучение дополнительных материалов по теме «Составление эффективных объявлений» (4 ч.)

			Консультация по теме «Составление эффективных объявлений» (0,5 ч.)	
3.5	Тема 3.5. Создание кампаний на поиске и Рекламной сети Яндекс (5,5 ч.)	Создание кампаний на поиске и РСЯ (1,5 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Создание кампаний на поиске и Рекламной сети Яндекс» (4 ч.)
3.6	Тема 3.6. Автоматические кампании (5 ч.)	Создание автоматических кампаний (1 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Автоматические кампании» (4 ч.)
3.7	Тема 3.7. Ретаргетинговые кампании (5 ч.)	Ретаргетинговые кампании (1 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Ретаргетинговые кампании» (4 ч.)
3.8	Тема 3.8. Какие бывают стратегии, применение стратегий (5 ч.)	- ручное управление - оптимизация конверсий - оптимизация кликов - оплата за CPA (1 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Какие бывают стратегии, применение стратегий» (4 ч.)
3.9	Тема 3.9. Как анализировать рекламные кампании (5,5 ч.)	- Я.Директ - Я.Метрика - оптимизация: как проверить и отследить мусорный трафик (1,5 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Как анализировать рекламные кампании» (3 ч.) Тест по разделу «Все о контекстной рекламе» (1 ч.)
4	Раздел 4. SEO (59 ч.)			
4.1	Тема 4.1. SEO: понятие, основы (5 ч.)	- Как работают поисковые системы - Сканирование		Изучение дополнительных материалов по теме «SEO: понятие, основы» (4 ч.)

		<ul style="list-style-type: none"> - Фильтрация - Индексация - Релевантность - Ранжирование (1 ч.) 		
4.2	Тема 4.2. Понятие семантического ядра сайта: понятие, сбор, типы запросов (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - Что это такое - Типы запросов (коммерческие, информационные, НЧ, СЧ, ВЧ, региональные) - Структура сайта - Сбор семантического ядра (wordstat, сервисы аналитики) - Чистка и кластеризация семантического ядра (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Понятие семантического ядра сайта: понятие, сбор, типы запросов » (4 ч.)
4.3	Тема 4.3. Техническая SEO-оптимизация (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - Методы проведения технической оптимизации - Robots, sitemap - Коды ответа сервера (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Техническая SEO-оптимизация » (4 ч.)
4.4	Тема 4.4. Поисковая SEO-оптимизация (11,5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - Title, description, keywords - Заголовки h - Микроразметка - Контент на сайте (1 ч.) 	<p>Практическая работа по теме «Поисковая SEO-оптимизация » (6 ч.)</p> <p>Консультация по теме «Поисковая SEO-оптимизация » (0,5 ч.)</p>	Изучение дополнительных материалов по теме «Поисковая SEO-оптимизация » (4 ч.)
4.5	Тема 4.5. Анализ конкурентов, коммерческие факторы (5 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - Анализ конкурентов (1 ч.) 		Изучение дополнительных материалов по теме «Анализ конкурентов, коммерческие факторы » (4 ч.)
4.6	Тема 4.6. Поведенческие факторы (11 ч.)	<ul style="list-style-type: none"> - Что это такое? - Поведение пользователей на выдаче 	Практическая работа по теме «Поведенческие факторы» (6 ч.)	Изучение дополнительных материалов по теме «Поведенческие факторы» (4 ч.)

		- Поведение пользователей на сайте (1 ч.)		
4.7	Тема 4.7. Внешняя оптимизация сайта (5,5 ч.)	- Зачем нужна внешняя оптимизация - Аналитика для построения ссылочного профиля - Механики получения внешних ссылок (1,5 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Внешняя оптимизация сайта» (4 ч.)
4.8	Тема 4.8. Подготовка сайта к SEO-продвижению (11 ч.)	- Проверка возможности продвижения - Оценка спроса - Настройка аналитики - Регистрация и настройка веб мастеров - Регистрация в справочниках (1,5 ч.)	Практическая работа по теме «Подготовка сайта к SEO-продвижению» (5 ч.) Консультация по теме «Подготовка сайта к SEO-продвижению» (0,5 ч.)	Изучение дополнительных материалов по теме «Подготовка сайта к SEO-продвижению» (3 ч.) Тест по разделу «SEO» (1 ч.)
5	Раздел 5. SMM (36 ч.)			
5.1	Тема 5.1. Что такое SMM (5 ч.)	Подготовка сайта к сео-продвижению (1 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Что такое SMM» (4 ч.)
5.2	Тема 5.2. Как создать успешное сообщество VK: оформление, наполнение контентом (5 ч.)	- оформление, наполнение контентом (1 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Как создать успешное сообщество VK: оформление, наполнение контентом» (4 ч.)
5.3	Тема 5.3. Виды публикуемого контента (10,5 ч.)	- вовлекающие посты - информационные посты - прогревающие посты - продающие посты (1 ч.)	Практическая работа по теме «Виды публикуемого контента» (5 ч.) Консультация по теме «Виды	Изучение дополнительных материалов по теме «Виды публикуемого контента» (4 ч.)

			публикуемого контента» (0,5 ч.)	
5.4	Тема 5.4. Новый рекламный кабинет VK: создание, настройка (10,5 ч.)	- типы таргетингов - виды продвигаемых публикаций - ограничения в символах (1 ч.)	Практическая работа по теме «Новый рекламный кабинет VK: создание, настройка» (5 ч.) Консультация по теме «Новый рекламный кабинет VK: создание, настройка» (0,5 ч.)	Изучение дополнительных материалов по теме «Новый рекламный кабинет VK: создание, настройка» (4 ч.)
5.5	Тема 5.5. Анализ рекламы VK (5 ч.)	Аналитика рекламных объявлений VK и оптимизация (1 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Анализ рекламы VK» (3 ч.) Тест по разделу «SMM» (1 ч.)
6	Раздел 6. Маркировка рекламы в работе SMM - специалиста (4 ч.)			
6.1	Тема 6.1. Маркировка: что это такое, автоматическая и ручная маркировка, важные моменты (4 ч.)	- что такое маркировка - зачем она нужна - как она выглядит - что надо маркировать - автоматическая маркировка - ручная маркировка - важные моменты (1 ч.)		Изучение дополнительных материалов по теме «Маркировка: что это такое, автоматическая и ручная маркировка, важные моменты» (2 ч.) Тест по разделу «Маркировка рекламы в работе SMM - специалиста» (1 ч.)
7	Раздел 7. Становление в профессии (14,5 ч.)			
7.1	Тема 7.1. Развитие в профессии (9 ч.)	- подготовка портфолио - основы построения личного	Практическая работа по теме «Развитие в профессии» (5 ч.)	Изучение дополнительных материалов по теме «Развитие в

		бренда - создание сайта - создание блога - в ВК, в RuTube - фрилансер - кто это - биржи фриланса, - как привлекать клиентов на бирже фриланса - обзор функционала - как устроится на работу - обзор вакансий и требований - составление резюме, - составление сопроводительного письма (1,5 ч.)	Консультация по теме «Развитие в профессии» (0,5 ч.)	профессии» (1 ч.) Тест по разделу «Становление в профессии» (1 ч.)
7.2	Тема 7.2. Подготовка к аттестации (5,5 ч.)		Выполнение итоговой аттестационной работы (5 ч.) Консультация по итоговой аттестационной работе (2 ч.)	
	Раздел . Итого (256 ч.)		Защита итоговой аттестационной работы (2 ч.)	

III. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ (организационно-педагогические)

Материально-технические условия реализации программы: для участия в программе повышения квалификации дополнительного профессионального образования «Графический дизайнер: вход в профессию» слушателям необходим ПК или планшет с доступом в сеть интернет, гарнитура с наушниками и микрофоном и веб-камера.

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы:

Программа реализуется в формате очно-заочного обучения с применением дистанционных образовательных технологий, а также с использованием активных технологий совместного обучения в электронной среде. Обучение реализуется в виде лекционных и практических занятий на основе электронного курса в LMS.

Содержание комплекта учебно-методических материалов. По данному курсу для расширения и углубления знаний по выбранной теме предлагаются списки литературы, интернет-ресурсы и тестовые задания.

Литература

1. Основная литература:

1. Твердохлебова М. Интернет-маркетинг. (Бакалавриат). Учебник / Мария Твердохлебова. – М.: Кнорус, 2023. – 192 с.

2. Гавриков А.В., Давыдов В.В., Фёдоров М.В. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога / Андрей Гавриков, Владимир Давыдов, Михаил Фёдоров. – М.: АСТ, 2022. – 480 с.

3. Барченков И. Библия интернет-маркетолога / Иван Барченков. – М.: Бомбора, 2023. – 384 с.

4. Алмаз Е., Раневская В. Интернет-маркетинг глазами клиента. Делаем все правильно, а не сливаем бюджет на эксперименты / Евгений Алмаз, Виктория Раневская. – М.: АСТ, 2022. – 192 с.

2. Дополнительная литература:

1. Солодар М. Настольная книга интернет-маркетолога. Воронки продаж, вебинары, SMM / Мария Солодар. – М.: Эксмо, 2020. – 432 с.

2. Сухарев Олег Сергеевич, Мельковская Ксения Романовна, Курманов Николай Витальевич Функциональный и интернет-маркетинг / Олег Сергеевич Сухарев, Ксения Романовна Мельковская, Николай Витальевич Курманов. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 352 с.

3. Твердохлебова М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник / М.Д. Твердохлебова. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.

4. Загребальный Г.В., Боровик М.Ю. Performance маркетинг. Заставьте интернет работать на вас / Г.В. Загребальный, М.Ю. Боровик. – М.: Интеллектуальная литература, 2021. – 270 с.

5. Климович А. Электронная коммерция и интернет-маркетинг / А.Г. Климович. – М.: Т8 Rugram, 2020. – 390 с.

6. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете / Филип Котлер, Хермаван Картаджайя, Айвен Сетиаван. – М.: Бомбора, 2019. – 224 с.

7. Эйнштейн Э. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Мара Эйнштейн. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 301 с.

3. Интернет-ресурсы:

1. Блог Василия Смирнова <https://smirnov-pro.ru/blog/>

2. Блог Ивана Иванова <https://prometriki.ru/>

3. Блог Текстера <https://texterra.ru/blog/>

4. Блог Хабр <https://habr.com/ru/all/>

5. Блог Яндекс. Практикума <https://kinzhal.media/>

6. Блог <https://vc.ru/>