ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

"ЭНДОРФИН"



УТВЕРЖДЕНО
Генеральный директор
ООО «ЭНДОРФИН»
_____/ФИЛАТОВА И.Н.
Приказ № 1 от «16» сентября 2026 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА-ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Эксперт по интернет-продвижению»

Срок реализации программы: 16 ак. часов

Автор-составитель:
Филатова Ирина Николаевна

г. Москва, 2026 г.

Оглавление

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА 3

1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ – ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению» 3

1.1 Общая характеристика дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 3

1.2 Цели и задачи дополнительной профессиональной программы-программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 4

1.3 Планируемые результаты освоения дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 6

2. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА. 8

2.1Учебный план дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 8

2.2 Календарный график дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 10

3. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ К ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ-ПРОГРАММЕ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению» 12

4. ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ - ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению» 14

5. ОРГАНИЗАЦИОННО –ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ - ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению» 14

5.1 Особенности реализации дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 14

5.2 Требования к минимальному материально - техническому обеспечению дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 15

5.3 Кадровое обеспечение реализации дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 15

5.4 Рекомендации к материально-техническим условиям со стороны обучающегося дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 16

5.5 Учебно-методическое обеспечение дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 16

5.6 Оценочные материалы дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» 16

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 18

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 19

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 19

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению» (далее – «Программа») разработана на основе следующих нормативных правовых документов:

1. Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 24 марта 2025 г. № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
3. Приказа Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 февраля 2019 г. N 95н"Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" Регистрационный номер 1188.
4. Федерального закона «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ.
5. Постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 02 июня 2026 года № 19 «Об утверждении СП 2.4.2.4283-26 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи"

1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ – ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению»

1.1 Общая характеристика дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Программа направлена на совершенствование имеющихся и получение новых компетенций в сфере интернет-маркетинга, необходимых для профессиональной деятельности, и повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.
Актуальность данной образовательной программы профессиональной переподготовки связана с выходом Профстандарта: 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».
Наименование вида профессиональной деятельности: Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет. Основная цель вида профессиональной деятельности: повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей.
Личный кабинет: https://filigranedc.ru/auth/login
Программа по виду образования – дополнительное профессиональное образование.
Подвид – дополнительное профессиональное образование. Образовательная организация ежегодно обновляет дополнительную профессиональную программу повышения квалификации с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы. Педагог может вносить изменения в содержания тем, чтобы дополнять практические занятия новыми приемами практического исполнения.
Форма обучения – дистанционная, с применением исключительно дистанционных образовательных технологий.
Форма организации образовательной деятельности – индивидуальная и (или) групповая.
Продолжительность академического часа составляет 45 минут. Режим занятия занятий – 4 академических часа в день, 2 раза в неделю. Занятия с использованием компьютерной техники организуются в соответствии с гигиеническими требованиями к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы. Обучающийся вправе распределять нагрузку по своему графику при условии завершения всех тем до итоговой аттестации.
Нормативный срок обучения - 16 часов.
Продолжительность обучения – 8 недель
Рекомендуемый режим занятий: 1 раз в неделю по 2 академических часа
Форма организации занятий – индивидуально – групповая

Условия формирования групп: разновозрастные
Количество обучающихся в группе – не ограничено
Продолжительность академического часа составляет 45 минут.
Язык реализации: русский
Итоговый документ об окончании – удостоверение о повышении квалификации

Связь образовательной программы повышения квалификации с профессиональным стандартом

Наименование программы повышения квалификации	Наименование выбранного профессионального стандарта (одного или нескольких)	Уровень квалификации
Программа повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»	«Специалист по интернет-маркетингу».	6

Программа разработана в соответствии с требованиями профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу».

Отнесение к видам экономической деятельности:

73-11	Деятельность рекламных агентств

Содержание дополнительных профессиональных программ должно учитывать профессиональные стандарты, квалификационные требования, указанные в квалификационных справочниках по соответствующим должностям, профессиям и специальностям.
Структура дополнительной профессиональной программы включает цель, планируемые результаты обучения, учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), организационно-педагогические условия, формы аттестации, оценочные материалы и иные компоненты. Учебный план дополнительной профессиональной программы определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных видов учебной деятельности обучающихся и формы аттестации.
К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:
- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Наличие указанного образования должно подтверждаться документами государственного или установленного образца.
Обучение по программе осуществляется на основе договора об оказании услуг, заключаемого со слушателем и (или) с физическим или юридическим лицом, обязующимся оплатить обучение лица, зачисляемого на обучение.

1.2 Цели и задачи дополнительной профессиональной программы-программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Цели программы:

- Сформировать у слушателей комплекс знаний, умений и навыков для самостоятельного проектирования и реализации стратегий интернет-продвижения под разные типы бизнеса (B2B, B2C, локальный, федеральный).

- ❖ Научить выбирать и применять цифровые каналы и инструменты продвижения (SEO, контекстная реклама, таргетированная реклама, контент-маркетинг, SMM, email-рассылки и др.) с учётом целей бизнеса и ограничений бюджета.
- ❖ Развить способность анализировать эффективность рекламных кампаний и принимать решения на основе данных (веб-аналитика, сквозная аналитика, A/B-тесты).
- ❖ Подготовить специалиста к управлению продвижением на всех этапах: от постановки целей и исследования аудитории до запуска, оптимизации и отчётности.

Задачи программы:

- ❖ Освоить терминологию и ключевые концепции интернет-маркетинга и продвижения.
- ❖ Изучить методы исследования целевой аудитории, сегментации и построения портретов пользователей.
- ❖ Научиться формулировать цели продвижения по SMART, выбирать KPI и связывать их с бизнес-метриками (конверсия, CAC, LTV, ROI).
- ❖ Овладеть подходами к разработке маркетинговой стратегии и медиаплана в digital-среде.

Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

Функциональная карта вида профессиональной деятельности

B/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения

Трудовые действия	Подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений
	Оценка подобранных ключевых слов и словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике рекламируемого веб-сайта
	Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети
Необходимые умения	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
	Составлять рекламные объявления, привлекательные для целевой аудитории продвигаемого веб-сайта
	Анализировать рекламные объявления на соответствие выданному техническому заданию
Необходимые знания	Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Программные средства и платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта
	Инструменты поиска веб-сайтов конкурентов

	Инструменты мониторинга и сбора поисковых запросов веб-сайтов конкурентов
	Основы компьютерной грамотности
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	Методы обработки текстовой и графической информации
Другие характеристики	-

B/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы

Трудовые действия	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании
	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе
	Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе
Необходимые умения	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
	Группировать объявления по темам и направлениям
	Контролировать места размещения контекстно-медийной рекламы
Необходимые знания	Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Системы размещения контекстно-медийной рекламы
	Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы
	Основы компьютерной грамотности
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	Методы обработки текстовой и графической информации
Другие характеристики	-

1.3 Планируемые результаты освоения дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

В результате освоения программы обучающийся должен

Знать:

- Основные понятия и тренды в сфере интернет-продвижения, особенности разных каналов (SEO, контекстная реклама, SMM, email-маркетинг, видеомаркетинг).
- Принципы работы поисковых систем, факторы ранжирования сайтов, основы юзабилити и веб-дизайна.
- Методики исследования целевой аудитории: как сегментировать рынок, выявлять потребности и «боли» клиентов.
- Как проводить конкурентный анализ: выявлять сильные и слабые стороны соперников, их маркетинговые преимущества.
- Нормативно-правовые аспекты в области рекламы.
- Ключевые метрики и KPI для оценки эффективности разных каналов продвижения.
- Основы медиапланирования и принципы работы с рекламными площадками.

Уметь:

- Разрабатывать стратегию интернет-продвижения для конкретного бизнеса: ставить цели, подбирать каналы, распределять бюджет.
- Проводить аудит веб-сайта или онлайн-площадки: находить точки роста, давать рекомендации по технической и контентной оптимизации.
- Составлять семантическое ядро (список ключевых слов) и использовать инструменты для их анализа.
- Настраивать и запускать рекламные кампании (в поисковых системах, соцсетях), управлять их бюджетом и корректировать стратегию по ходу.
- Создавать контент-план: писать тексты, подбирать графику и видео, адаптировать материалы под разные площадки.
- Работать с аналитическими инструментами (Яндекс Метрика, Google Analytics и др.): собирать данные, интерпретировать их, делать выводы для оптимизации.
- Формировать технические задания для других специалистов (копирайтеров, дизайнеров, программистов).
- Организовывать электронные рассылки и оценивать их результативность.
- Управлять коммуникациями в сообществах (в соцсетях), привлекать и удерживать аудиторию.

Планируемые результаты обучения содержат характеристики профессиональных компетенций специалиста, которые формируются и совершенствуются в результате освоения Программы повышения квалификации.

У обучающегося формируются следующие общие компетенции (ОК):

ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость профессии, проявлять устойчивый интерес
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения задач, оценивать их эффективность и качество

Профессиональные компетенции (ПК)

ПК-1 Проведение подготовительных работ для поискового продвижения.
Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта; внутренняя оптимизация сайта по требованиям поисковых систем; работы по повышению популярности сайта в интернете.

ПК-2 Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения.
Составление контекстно-медийного плана продвижения; размещение объявлений в системах интернет-рекламы; управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки на сайт.

ПК-3 Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа.

Подбор площадок в социальных медиа для продвижения сайта; управление коммуникациями в социальных медиа; размещение рекламных объявлений в социальных медиа.

ПК-4 Реализация стратегии поискового продвижения.
Проведение аудита сайта; аналитика по реализации стратегии; разработка стратегии поискового продвижения; оптимизация внутренних характеристик сайта; составление отчётов.

ПК-5 Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения.
Анализ готовности сайта к продвижению, анализ сайтов конкурентов; разработка стратегии контекстно-медийной кампании; составление заданий на текстовые и графические материалы; составление отчётов.

ПК-6 Реализация медийной стратегии продвижения.
Аналитические работы по реализации медийной стратегии; разработка стратегии медийной кампании и её реализация; составление отчётов.

ПК-7 Реализация стратегии социального продвижения.
Аналитические работы по реализации стратегии в социальных медиа; разработка стратегии социального продвижения и её реализация; составление отчётов.

ПК-8 Проведение исследований в интернете.
Исследование поведения конкурентов; исследование поведения пользователей; исследование спроса.

ПК-9 Разработка стратегии продвижения.
Разработка комплексной стратегии интернет-продвижения; планирование бюджета; выбор каналов коммуникации.

ПК-10 Анализ эффективности интернет-продвижения.
Оценка показателей эффективности каналов; расчёт стоимости посетителей по источникам трафика; интерпретация результатов веб-аналитики.

2. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.

2.1Учебный план дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Название темы	Всего	**В том числе**		**Формы контроля**
		Теория	Практика	
Входной контроль	0,5	-	0,5	Опрос-анкета
Тема 1. Аудит цифрового присутствия: диагностика и точки роста	1	0,5	0,5	Задание
Тема 2. Продвижение в поисковых системах. (SEO + Контекстная реклама)	2	1	1	Задание
Тема 3. Контент-стратегия и управление контентом.	2	1	1	Задание
Тема 4. Таргетированная реклама в соцсетях: продвинутые настройки	2	1	1	Задание
Промежуточная аттестация	0,5	-	0,5	Тестирование
Тема 5. Аналитика и веб-метрика: от данных к решениям.	2	1	1	Задание
Тема 6. CRM и автоматизация маркетинга.	2	1	1	Задание
Тема 7. Управление интернет-маркетингом: бюджет, команда, KPI.	2	1	1	Задание
Видео-консультация	1	-	1	-
Итоговая аттестация	1	-	1	Тест
Итого	**16**	**6,5**	**9,5**	

2.2 Календарный график дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Место проведения	Наименование тем	Всего	Форма проведения	Реализация программы						
				1	2	3	4	5	6	7
Онлайн - платформа	Входной контроль	0,5	Прямой эфир	-/0,5	-	-	-	-	-	-
Онлайн - платформа	«Эксперт по интернет-продвижению»	13	Презентации / Прямой эфир	1/1	1/1	1/1	1/1	1/1	1/1	-/1
Онлайн - платформа	Промежуточная аттестация	0,5	Прямой эфир							
Онлайн - платформа	Видео консультация	1	Прямой эфир	-	-	-	-	-	-	-/1
Онлайн - платформа	Итоговый контроль	1	Прямой эфир	-	-	-	-	-	-	-/1
	Итого:	16		3	2	2	2	2	2	3

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

"ЭНДОРФИН"



УТВЕРЖДЕНО
Генеральный директор
ООО «ЭНДОРФИН»
_____/ФИЛАТОВА И.Н.
Приказ №1 от «16» сентября 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА К ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ-ПРОГРАММЕ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Эксперт по интернет-продвижению»

Срок реализации программы: 16 ак. часов

Автор-составитель:
Филатова Ирина Николаевна

г. Москва, 2026 г.

3. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ К ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ-ПРОГРАММЕ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению»

Программа вариативна, возможны изменения в содержании тем. Педагог может вносить изменения в содержания тем, дополнять практические занятия новыми приемами практического исполнения.

Входной контроль. Опрос-анкета (Приложение 1)

Тема 1. Аудит цифрового присутствия: диагностика и точки роста
Теория. Как проводить аудит сайта. Выявление слабых мест (Юзабилити, контент, SEO, конверсии) Формирование отчёта с рекомендациями.
Практика. Задание. Чётко сформулируйте цели аудита (например, рост лидогенерации или улучшение пользовательского опыта). Определите, какие каналы и системы нужно проверить, соберите данные (логи, доступы, отчёты).
Текущий контроль. Прямой эфир.
https://calendar.yandex.ru/event/1859787910?applyToFuture=0&event_date=2023-12-25T10%3A30%3A00&layerId=23663009

Тема 2. Продвижение в поисковых системах. (SEO + Контекстная реклама)
Теория. Основы технического и контентного SEO. Подбор ключевых слов и структура семантического ядра. Настройка и оптимизация кампаний в Яндекс директе GOOGLE ADS.
Практика. Соберите семантическое ядро. Используйте инструменты (Яндекс Вордстат, Google Keyword Planner), чтобы понять, какие запросы вводят пользователи. Разделите их на информационные, транзакционные и навигационные.
Оптимизируйте страницы под выбранные запросы. Пишите тексты так, чтобы они решали задачу пользователя, а не просто «напичканы» ключами.
Работайте над пользовательским опытом: улучшайте навигацию, скорость загрузки, мобильную версию.
Текущий контроль. Прямой эфир.
https://calendar.yandex.ru/event/1859787910?applyToFuture=0&event_date=2023-12-25T10%3A30%3A00&layerId=23663009

Тема 3. Контент-стратегия и управление контентом.
Теория. Разработка контент-плана под бизнес-цели. Форматы контента для разных этапов воронки продаж. UGC (Пользовательский контент) и коллаборации.
Практика. На этапе стратегии вы анализируете аудиторию и конкурентов, определяете, какой контент нужен бизнесу (кейсы, обзоры, обучающие материалы), и выбираете каналы (блог, соцсети, email-рассылки).
На этапе управления вы реализуете этот план: распределяете задачи в команде, настраиваете CMS для удобного создания и публикации, устанавливаете правила обновления информации.
Текущий контроль. Прямой эфир.
https://calendar.yandex.ru/event/1859787910?applyToFuture=0&event_date=2023-12-25T10%3A30%3A00&layerId=23663009

Тема 4. Таргетированная реклама в соцсетях: продвинутые настройки.
Теория. Сегментация аудитории (кастомные и ретаргетинговые аудитории). A/B-тестирование креативов и настроек. Оптимизация бюджета и KPI.
Практика. Вы продаёте курсы по программированию. Сначала запустите кампанию с гибридным таргетом (возраст 25–35, интерес «IT», поведение «посещал IT-сообщества»). Затем, через неделю, подключите ретаргетинг на тех, кто открыл лендинг, но не оставил заявку — покажите им кейс или ограниченное по времени предложение.

Вы продвигаете локальный сервис (например, доставку еды в конкретном районе). Используйте точечный геотаргетинг (укажите адрес и радиус), а также временной таргетинг (показывайте рекламу в часы пик — вечером в будни).
Текущий контроль. Прямой эфир.
https://calendar.yandex.ru/event/1859787910?applyToFuture=0&event_date=2023-12-25T10%3A30%3A00&layerId=23663009

Промежуточная аттестация. Тестирование. (Приложение 2)

Тема 5. Аналитика и веб-метрика: от данных к решениям.
Теория. Настройка целей и событий в Яндекс Метрике и Google Analytics 4. Анализ воронки конверсии, отказов, источников трафика. Подготовка отчётов для руководства.
Практика. Установить счётчик (Яндекс Метрика или GA4) и начать собирать данные.
- Создать счётчик в интерфейсе, получить код.
- Установить код на все страницы сайта (через CMS, GTM или вручную).
- Проверить работу: открыть сайт с параметром `?ym_debug=1` (для Метрики) или через DebugView (GA4), убедиться, что события отправляются.
- Настроить базовые цели: посещение ключевых страниц, отправка форм, клики по кнопкам.
Текущий контроль. Прямой эфир.
https://calendar.yandex.ru/event/1859787910?applyToFuture=0&event_date=2023-12-25T10%3A30%3A00&layerId=23663009

Тема 6. CRM и автоматизация маркетинга.
Теория. Интеграция CRM с каналами привлечения (сайт, соцсети, реклама). Настройка триггерных писем и цепочек коммуникаций. Сегментация клиентской базы и персонализация.
Практика. Определите, какую конкретную задачу решаете (ускорить обработку лидов, повысить конверсию рассылок, вернуть «уснувших» клиентов).
Установите стандарты, как и какие данные вносить в CRM, чтобы сценарии работали предсказуемо. Проанализируйте результаты и корректируйте сценарии.
Текущий контроль. Прямой эфир.
https://calendar.yandex.ru/event/1859787910?applyToFuture=0&event_date=2023-12-25T10%3A30%3A00&layerId=23663009

Тема 7. Управление интернет-маркетингом: бюджет, команда, KPI.
Теория. Составление медиаплана и распределение бюджета. Постановка KPI для каналов и специалистов. Координация команды (контент-менеджер, таргетолог, аналитик).
Практика. Сначала сформулируйте бизнес-цели (рост выручки, выход на новый рынок), затем разбейте их на конкретные задачи и активности.
Для каждого канала (контекстная реклама, SMM, SEO) составьте детальный план с прогнозом эффективности. Эффективное управление командой требует чёткого распределения ролей и зон ответственности.
В digital-среде процессы меняются быстро, поэтому важно выстраивать гибкие рабочие процессы и постоянно обучать сотрудников.
Ключевую роль играет проджект-менеджмент: постановка задач, контроль сроков, решение возникающих проблем и мотивация команды.
Текущий контроль. Прямой эфир.
https://calendar.yandex.ru/event/1859787910?applyToFuture=0&event_date=2023-12-25T10%3A30%3A00&layerId=23663009

Видео-консультация.

Итоговая аттестация. Тестирование. (Приложение 3)

4. ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ - ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению»

В ходе обучения осуществляется несколько видов контроля: входной, текущий, промежуточная и итоговая аттестация. Входной контроль проводится для определения уровня знаний, обучающихся на начало обучения по программе. Проводится в форме опроса-анкеты.

Текущий контроль успеваемости обучающихся представляет систематическую проверку учебных достижений, проводимую педагогом в ходе осуществления образовательной деятельности в соответствии с образовательной программой. Проведение текущего контроля успеваемости направлено на обеспечение выстраивания образовательного процесса максимально эффективным образом для достижения результатов освоения программы. Текущий контроль результатов подготовки осуществляется педагогом учебной группы в ходе изучения каждой темы на каждом занятии, в целях получения информации:

- о выполнении требуемых действий в процессе учебной деятельности;
- о правильности выполнения требуемых действий;
- о соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала;
- о формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (автоматизированности, быстроты выполнения и др.) и т.д.

Промежуточная аттестация проводится в форме тестирования для проверки усвоения материала.

Освоение программы заканчивается итоговой аттестацией. Форма итоговой аттестации – тестирование, с присвоением каждому обучающемуся результата «зачет/незачет». Итоговая аттестация позволяет оценить успешность всего курса в целом.

В ходе итоговой аттестации проверяется степень усвоения материала, умение творчески и последовательно решать поставленные задачи, четко и кратко отвечать на поставленные вопросы, делать конкретные выводы и формулировать обоснованные предложения.

5. ОРГАНИЗАЦИОННО –ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ - ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Эксперт по интернет-продвижению»

5.1 Особенности реализации дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

При проведении занятия с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, в вводной части следует обозначить правила работы и взаимодействия (объяснить обучающимся технические особенности работы и правила обмена информацией. В процессе занятия педагогу необходимо четко давать инструкции выполнения заданий. Виды занятий при организации дистанционного обучения:

Online - занятие (презентации и задания). Занятия являются асинхронными – в этом случае у обучающегося есть возможность найти удобное для себя время, чтобы отработать материал программы обучения. Программа включает в себя теоретические и практические занятия.

Презентации можно смотреть в любое время и выполнять задания. В программе учитывается следующее:

- современные теории и технологии в области методики обучения и воспитания;
- возрастные психолого-физиологические особенности обучающихся;
- потребности обучающихся и социальный заказ общества.

Дистанционная поддержка программы предполагает самостоятельное изучение дополнительных материалов с применением информационно - телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников, а также возможности получения консультаций у преподавателя данного курса.

5.2 Требования к минимальному материально - техническому обеспечению дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

ООО «ЭНДОРФИН» располагает материально-технической базой, обеспечивающей реализацию образовательной программы и соответствующей действующим санитарным правилам и нормам. Для работы в системе обучающемуся выделяется логин и пароль. Рабочее место должно быть оснащено компьютером с подключением к сети Интернет. Доступ преподавателя:

Личный кабинет: https://filigranedc.ru/auth/login

Услуга подключения к сети Интернет должна предоставляться в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю. Подключение к Интернет со скоростью не ниже 512 Кбит/с. Материально-техническая база для реализации программы включает следующие составляющие:

- Выделенный канал связи или отдельный Wi-Fi-канал;
- Для передачи звука рекомендовано использовать отдельные микрофоны с шумоподавлением (не рекомендуется использовать встроенные микрофоны камер);
- Систему дистанционного обучения, обеспечивающую формирование информационной образовательной среды;
- В помещении, где проводится трансляция, должно быть соответствующее мероприятию освещение;
- Ноутбук Lenovo ThinkPad Intel Core i5 – 1 шт.;
- Веб-камера Logitech HD Pro Webcam C920 Full HD, Автофокус, с микрофоном - 1 шт.
- наушники JBL Tune 770NC Black - 1 шт.
- Интерактивная доска Donview HB-86IN-H03 - 1 шт.
- Операционная система WINDOWS 10
- Браузер: Яндекс
- Антивирус: ESET Internet Securite
- Microsoft Office 10
- прямые эфиры вопрос-ответ в Яндекс Телемост, online-консультация

Использование интерактивных образовательных технологий способствует повышению интереса и мотивации обучающихся, активизации мыслительной деятельности и творческого потенциала, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение.

5.3 Кадровое обеспечение реализации дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Реализация дополнительной профессиональной программы обеспечивается педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора. Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования».

Педагоги должны иметь высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование по направлению подготовки «Образование и педагогика» или в области, соответствующей преподаваемому предмету, без предъявления требований к стажу работы либо высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование и

дополнительное профессиональное образование по направлению деятельности в образовательном учреждении без предъявления требований к стажу работы.
Уровень компетентности педагогических работников организации, реализующей образовательные программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, в вопросах использования новых информационно-коммуникационных технологий соответствует требованиям Методических рекомендаций по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ.

5.4 Рекомендации к материально-техническим условиям со стороны обучающегося дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Рекомендуемая конфигурация компьютера:

- Разрешение экрана от 1280x1024
- Pentium 4 или более новый процессор с поддержкой SSE2
- 512 Мб оперативной памяти
- 200 Мб свободного дискового пространства
- Современный веб-браузер актуальной версии (Firefox 22, Google Chrome 27, Opera 15, Safari 5, Internet Explorer 8 или более новый).

Использование дистанционных образовательных технологий обеспечивается посредством доступа, обучающегося к информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Подключение обучающегося к информационно-телекоммуникационной сети Интернет обеспечивается им самостоятельно.

5.5 Учебно-методическое обеспечение дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы обеспеченно электронными учебниками, учебно-методической литературой и материалами по всем учебным темам программы. ООО «ЭНДОРФИН» также имеет доступ к электронным образовательным ресурсам (ЭОР).

Литература:

1. «Цифровые маркетинговые коммуникации» (Азоев и др.)
2. «SMM: эффективное продвижение в соцсетях. 2-е изд.» (Новожилова) — 2-е издание с учётом изменений 2020–2021 гг.
3. SEO для бизнеса (Гроховский и др.) актуальная редакция 2021 г.
4. SAPE SEO Research 2021г., исследование рынка SEO.

5.6 Оценочные материалы дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Эксперт по интернет-продвижению»

Оценочные материалы – это методические материалы, которые нормируют процедуры оценивания результатов обучения с целью установления их соответствия требованиям программы. Оценочные материалы размещены на платформе по ссылке: https://filigranedc.ru/auth/login и включают следующие формы для проведения входного, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации: опрос-анкеты, устного опроса (видео - консультации), теста.

Текущий контроль: при оценке устных опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений. Критерии оценки практических заданий:

- оценка *«зачтено»* ставится, если обучающийся: 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по программе, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно, правильно или допускает 1-2 ошибки;
- оценка *«не зачтено»* ставится, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «не зачтено» отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Промежуточная аттестация проводится в прямом эфире в форме устного опроса для проверки усвоения материала.

Критерии оценки итоговой аттестации:

Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий:

«Зачтено»	тестирование с положительным результатом (не менее 75 % правильных ответов)
«Не зачтено»	тестирование с положительным результатом (менее 75 % правильных ответов)

Оценочные материалы являются элементом программы, их разработка и утверждение относится к компетенции образовательной организации ООО «ЭНДОРФИН» .

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Опрос-анкета для входного контроля

1. ФИО:
2. Возраст:
3. Образование:
4. Текущая должность:
5. Стаж работы:
6. В какой сфере вы работаете?

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ
Тестирование

1. **Что является ключевой целью диагностики в рамках аудита цифрового присутствия?**
а) Оценить только количество упоминаний бренда в интернете.
б) Выявить текущее состояние видимости бренда, определить разрывы между разными каналами и найти слабые места для оптимизации.*
в) Сразу разработать стратегию без анализа собранных данных.

2. **Какие аспекты НЕ относятся к этапам диагностики при аудите цифрового присутствия?**
а) Анализ контента на сайте и в соцсетях.
б) Оценка технического состояния серверов и скорости загрузки. *
в) Изучение конкурентного окружения и упоминаний в нейросетях (GEO-аудит).

3. **Что такое SEO?**
а) Комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей. *
б) Процесс настройки рекламных кампаний в поисковых системах.
в) Метод привлечения трафика через социальные сети.

4. **Чем принципиально отличается контекстная реклама от SEO?**
а) Контекстная реклама требует работы с сайтом, а SEO — нет.
б) Контекстная реклама направлена на улучшение органической видимости, а SEO — на привлечение через платные объявления.
в) В контекстной рекламе платят за показы, а в SEO — за клики. *

5. **Какой из перечисленных инструментов НЕ относится к внутренней оптимизации в SEO?**
а) Оптимизация мета-тегов (title, description).
б) Увеличение скорости загрузки страниц.
в) Покупка внешних ссылок с других сайтов. *

6. **Что из перечисленного наиболее точно отражает суть контент-стратегии?**
а) Процесс создания и публикации контента без чёткого плана.
б) Системный подход к планированию, созданию, публикации и анализу контента для достижения бизнес-целей.*
в) Сосредоточение исключительно на написании статей и визуальном оформлении.

7. **Какой этап обычно является первым в процессе управления контентом?**
а) Публикация материала.
б) Анализ аудитории и определение целей. *
в) SEO-оптимизация контента.

8. **Какой тип таргетинга в соцсетях позволяет показывать рекламу пользователям, которые ранее взаимодействовали с сайтом, приложением или страницей рекламодателя?**
а) Таргетинг по интересам.
б) Ретаргетинг (ремаркетинг).*
в) Демографический таргетинг.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Итоговая аттестация

Тестирование

1. Что в первую очередь отражает интент поискового запроса?
а) Частотность запроса в Wordstat
б) Намерение пользователя, его потребность *
в) Количество слов в запросе

2. Какой из этих факторов НЕ считается значимым фактором ранжирования в современных поисковых системах?
а) Скорость загрузки страницы
б) Наличие мета-тега Keywords *
в) Мобильная адаптивность

3. Что такое кластеризация семантического ядра?
а) Распределение ключевых слов по посадочным страницам с учётом интента *
б) Удаление низкочастотных запросов из ядра
в) Подсчёт общего количества запросов в проекте

4. Какой показатель лучше всего отражает возврат инвестиций в рекламу?
а) CTR
б) CPC
в) ROAS *

5. Что означает термин «краулинговый бюджет»?
а) Бюджет, выделенный на закупку ссылок
б) Лимит страниц, которые поисковый робот готов просканировать на сайте *
в) Лимит внешних ссылок на домен

6. В чём ключевое отличие стратегии «Оптимизация конверсий» от стратегии «Максимум кликов» в контекстной рекламе?
а) Первая стремится к максимальному количеству переходов, вторая — к заявкам
б) Первая ориентирована на заявки/конверсии, вторая — на трафик *
в) Первая работает только в РСЯ, вторая — только в Поиске

7. Какой инструмент позволяет отслеживать запросы, по которым сайт показывается в поиске, а также CTR и позиции?
а) Яндекс Метрика
б) Google Analytics
в) Яндекс Вебмастер / Google Search Console *

8. Что такое UTM-метки и зачем они нужны?
а) Это коды для шифрования трафика
б) Это параметры URL для отслеживания источника трафика и кампаний в аналитике *
в) Это теги для SEO-оптимизации страниц

9. Какой из следующих элементов наиболее важен для улучшения CTR в поисковой выдаче?
а) Длина URL
б) Title и Description, релевантные запросу и с сильным CTA *
в) Наличие HTTPS

10. Что такое LSI-слова в контексте SEO?
а) Слова, синонимичные основному ключевому слову и раскрывающие тематику страницы *
б) Любые слова, содержащие основной ключ
в) Слова, которые нельзя использовать на странице

11. Для чего используется микроразметка (например, Schema.org)?
а) Чтобы ускорить загрузку сайта
б) Чтобы улучшить понимание контента поисковыми роботами и формировать расширенные сниппеты *
в) Чтобы скрыть часть контента от индексации

12. Что такое look-alike аудитория в таргетированной рекламе?
а) Аудитория, которая уже совершала покупки
б) Аудитория, похожая на текущих клиентов по поведению и характеристикам *
в) Аудитория по ключевым словам

13. Какой из показателей лучше всего отражает качество посадочной страницы с точки зрения рекламы?
а) Количество просмотров страницы
б) Показатель отказов и глубина просмотра *
в) Общее количество внешних ссылок

14. Зачем нужна CRM-система в интернет-продвижении?
а) Только для хранения контактов
б) Для учёта сделок, сегментации клиентов, автоматизации коммуникаций и анализа воронки продаж *
в) Для настройки рекламы в соцсетях

15. Что такое «пиксель» в контексте интернет-рекламы?
а) Единица измерения размера баннера
б) Скрипт на сайте для отслеживания действий пользователей и передачи данных в рекламные кабинеты *

в) Тип рекламного формата