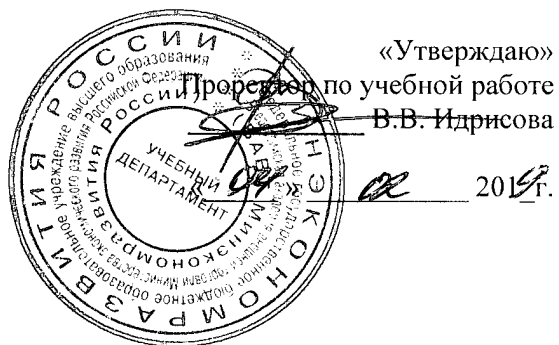


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВСЕРОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ
МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Факультет международного бизнеса



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации

«Маркетинг в социальных медиа – Social Media Marketing (SMM)»

Москва 2019

Разработчик программы:
преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга ВАВТ Д.В. Чаннов

СОДЕРЖАНИЕ

		стр
1.	Общая характеристика программы повышения квалификации	4
1.1.	Цель реализации	4
1.2.	Нормативная правовая база	4
1.3.	Планируемые результаты обучения	5
1.4.	Категория слушателей	5
1.5.	Форма обучения и срок освоения	6
1.6.	Период обучения и режим занятий	6
1.7.	Документ о квалификации	6
2.	Содержание программы	6
2.1.	Календарный учебный график	6
2.2.	Учебный план	6
2.3.	Рабочие программы дисциплин (модулей)	8
3.	Организационно-педагогическое обеспечение	9
3.1.	Кадровое обеспечение	9
3.2.	Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы	10

Приложение 1. Рабочие программы дисциплин

Приложение 2. Программа итоговой аттестации

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации

Формирование компетенций и навыков профессиональной деятельности в области управления коммерческими операциями, маркетинга и рекламы.

1.2. Нормативная правовая база

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
3. Приказ Министерства образования науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 (зарегистрирован Минюстом России 18.09.2017, регистрационный № 48226). «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
4. Приказ Минэкономразвития России от 20.05.2011 N 227 "Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2011 году предоставляются Субсидии для финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации".
5. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн).
6. Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.04.2014 г. № 06-381.
7. Приказ Минтруда России от 04.06.2018 г. №366н "Об утверждении профессионального стандарта "Маркетолог".

1.3. Планируемые результаты обучения

Таблица 1

Планируемые результаты освоения программы повышения квалификации

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются и (или) совершенствуются) ПК и ПСК
ВД-1. Организационно-управленческая	ПСК-1 – способность осуществлять внешнеэкономическую деятельность организации
	ПСК-2 – Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
	ПСК-3 – Разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга

1.4. Категория слушателей

Категория слушателей: начинающие специалисты в области интернет-маркетинга, индивидуальные предприниматели, владельцы и специалисты по маркетингу МСП, а также иные лица, интересующиеся маркетингом в социальных медиа.

На программу принимаются:

- лица, получающие среднее профессиональное (обучающиеся колледжей) или высшее образование (студенты бакалавриата или специалитета);
- лица, имеющие оконченное среднее профессиональное (диплом о СПО) или высшее образование (диплом бакалавра, специалиста или магистра).

1.5. Формы обучения и сроки освоения

Форма обучения: очная.

Общая трудоемкость программы: 72 академических часа, 40 часов контактной работы со слушателями. На итоговую аттестацию выделено 222 часа. Самостоятельная работа составляет 32 часа.

1.6. Период обучения и режим занятий

Срок обучения составляет 2 месяца.

1.7. Документ о квалификации

При успешном освоении программы выдается:

- Слушателям, имеющим оконченное высшее или среднее профессиональное образование, - Удостоверение о повышении квалификации установленного образца Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации» (ВАВТ Минэкономразвития России);
- Слушателям, получающим высшее или среднее профессиональное образование, - Сертификат ВАВТ Минэкономразвития России (после завершения обучения в бакалавриате или на СПО дополнительно выдается удостоверение о повышении квалификации).

2. Содержание программы

2.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график заполняется с помощью условных обозначений:

УЗ – учебные занятия;

СР – самостоятельная работа;

ПА – промежуточная аттестация;

ИА – итоговая аттестация.

Календарный учебный график

Период обучения	
1 месяц	2 месяц
<i>УЗ, ПА, СР</i>	<i>УЗ, ПА, СР, ИА</i>

2.2. Учебный план

Учебный план

№	Наименование дисциплины	Трудоемкость, час	Количество часов				Форм контроля
			Контактная работа		Самост. работа		
			всего	в том числе лекции	практические		
1	Основы маркетинга в социальных медиа	50	38	14	24	12	зачет
	в т.ч.:						
1.1	Социальный медиа-пейзаж		2	2	0		
1.2	Обзор задач маркетинга		2	2	0		
1.3	Обзор трендов в сфере SMM. Примеры		2	2	0		
1.4	Задачи SMM		2	2	0		
1.5	Методы и способы SMM		4	0	4	1	
1.6	Инструменты SMM, контент-конвейер		6	2	4	1	
1.7	SMM-специалист, роли и команда		8	2	6	1	
1.8	Тайм-план, финансы и KPI's		6	2	4	1	
1.9	Практикум: Разработка и реализация SMM проекта		6	0	6	8	защита
2	Итоговая аттестация: Защита выпускного проекта	22	2	0	2	20	
	ВСЕГО	72	40	14	26	32	

2.3. Рабочие программы дисциплин

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Знания	Умения	Профессиональный опыт
ВД-1. Организационно-управленческая	ПСК-2 – Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг; Методы проведения маркетингового исследования;	Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования; Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов интернет-маркетинга; Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования;	Обработки полученных данных с помощью методов компьютерных методов; Подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
	ПСК-3 – Разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	– понятийно-категориальный аппарат методологических подходов к рекламе в социальных сетях; основные понятия SMM; основные инструменты SMM;	планировать и реализовывать компании по интернет-продвижению; организовывать рекламную кампанию с использованием SMM ; формировать эффективный инструментарий для	методами и технологиями проведения рекламных кампаний в социальных сетях; современными методами оценки интернет-продвижения; методами оптимизации страниц в социальных сетях с целью

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Знания	Умения	Профессиональный опыт
		основные инструменты увеличения аудитории сайта; основные методики оценки интернет-продвижения; элементы и инструменты веб-аналитики.	интернет-продвижения; разрабатывать предложения по коррекции реализации интернет-продвижения.	привлечения большего числа интернет-клиентов.

3. Организационно-педагогическое обеспечение

3.1. Кадровое обеспечение

Реализация программы обеспечивается профессорско-преподавательским составом ВАВТ Минэкономразвития России.

Таблица 4

Сведения о профессорско-преподавательском составе и ведущих специалистах

Ф.И.О. преподавателя/ведущего специалиста	Наименование образовательной организации, которую окончил, направление подготовки (специальность), присвоенная квалификация	Основное/дополнительное ¹ место работы, должность, ученая степень, ученое (почетное) звание, дополнительные квалификации	Стаж работы в области профессиональной деятельности/по дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой дисциплины (модуля), практики/стажировки (при наличии) по данной программе
				Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Чаннов Денис Владимирович	Высшее образование; Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана; 1995; инженер-механик	Дополнительное место работы; Генеральный директор, управляющий партнер инвестиционного фонда	25	12	5	1. Основы маркетинга в социальных медиа

¹ Основное место работы - штатный, внутренний совместитель;
Дополнительное место работы - внешний совместитель, почасовая оплата труда.

3.2. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Академия располагают материально-технической базой, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам и обеспечивающей проведение всех видов теоретической и практической подготовки, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Дисциплина обеспечена электронным курсом лекций (электронное учебное пособие, видеолекции, система взаимодействия с преподавателем, система контроля знаний).

Слушатели Академии обеспечиваются доступом к следующим ресурсам:

Электронная библиотека ZNANIUM.COM Содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения. ЭБС ZNANIUM.COM является самостоятельной разработкой Научно-издательского центра ИНФРА-М.	Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны). Для доступа с других точек необходимо самостоятельно пройти регистрацию на сайте www.znanium.com , воспользовавшись компьютером на территории Академии или своим мобильным устройством, подключенным к академическому Wi-Fi.
Электронная библиотечная система издательства «Юрайт». Делает доступными лучшие учебники ведущих научных школ страны в удобном формате. В будущем такие учебники будут дополнены методическими и дополнительными материалами от авторов, другой информацией в помощь преподавателям и учащимся. Новинки в электронную библиотеку попадают быстрее, чем появляются в печати. Некоторые учебные пособия будут представлены только в	Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны). Для доступа с других точек необходимо самостоятельно пройти регистрацию на сайте www.biblio-online.ru , воспользовавшись компьютером на территории Академии или своим мобильным устройством, подключенным к академическому Wi-Fi.

электронном виде, особенно по редким дисциплинам.	
Scopus – библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях. Индексирует 18 000 названий научных изданий по техническим, медицинским и гуманитарным наукам 5000 издателей. База данных индексирует научные журналы, материалы конференций и сериальные книжные издания. Разработчиком и владельцем Scopus является издательская корпорация Elsevier.	Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется без авторизации (логин и пароль не нужны).
Web of Science Поисковая платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций.	Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны).
Polpred.com Обзор СМИ. Полнотекстовые деловые публикации информагентств и прессы по отраслям. Архив важных публикаций собирается вручную. База данных с рубрикатором: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 8000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам. Polpred.com открыт со всех компьютеров библиотеки и внутренней сети. Ссылка "Доступ из дома" в "шапке" polpred.com видна с ip-адресов библиотеки.	Для преподавателей и студентов Академии доступ с компьютеров на территории ВАВТ и своих мобильных устройств, подключенных к академическому Wi-Fi, осуществляется <u>без авторизации</u> (логин и пароль не нужны). Для доступа с других точек необходимо самостоятельно пройти регистрацию на сайте www.polpred.com , воспользовавшись компьютером на территории Академии или своим мобильным устройством, подключенным к академическому Wi-Fi.

