

**Аннотация модулей программы профессиональной переподготовки  
«Цифровой маркетинг»  
(256 часов)**

**Модуль 1. Цифровизация маркетинга**

**Цель освоения модуля** – совершенствование компетенций, обеспечивающих готовность сформировать у слушателей современные базовые представления и практические навыки в области цифровых технологий маркетинга в условиях формирования цифрового общества.

**Профессиональные компетенции**, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля 1:

- способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития цифрового маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды;

- готовность применять различные методы и инструменты, используемые при планировании, организации и контроле маркетинговых мероприятий в условиях развития цифровой экономики;

**Планируемые результаты обучения по модулю 1**

По итогам освоения модуля слушатели должны:

**знать:**

- основные традиционные и современные концепции маркетинга, их существенные черты, связанные с цифровизацией экономики;

- характеристики сети Интернет как сферы рыночных отношений;

- современные направления развития комплекса маркетинга;

- перспективные направления развития инструментария маркетинга на основе цифровых технологий;

- маркетинговые функции Интернет-сайтов и характеристику их основных видов;

- виды и способы проведения маркетинговых исследований в цифровой среде.

**уметь:**

- обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию;

- выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет;

- применять знания в области цифрового маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности.

**Модуль 2. Современные технологии и сервисы цифрового маркетинга**

**Цель освоения модуля** – совершенствование компетенций, обеспечивающих формирование у слушателей целостного представления, расширение теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области современных технологий и сервисов, используемых в цифровом маркетинге.

**Профессиональные компетенции,** совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля 2:

- способность выбирать современные технологии и сервисы цифрового маркетинга, адекватные складывающейся рыночной ситуации и общей стратегии развития бизнеса;
- определять инновационные подходы к управлению маркетингом товаров и услуг с применением цифровых технологий;
- способность применять различные технологии цифрового маркетинга на практике.

### **Планируемые результаты обучения по модулю 2**

По итогам освоения модуля слушатели должны:

#### **знать:**

- преимущества и недостатки технологий цифрового маркетинга;
- основные сервисы, используемые для цифрового маркетинга;
- условия применения и критерии выбора современных технологий и сервисов цифрового маркетинга;

#### **уметь:**

- выбрать оптимальные маркетинговые инструменты для продвижения продукции в цифровой среде;
- применять знания в области интернет-маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности;
- определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;

#### **владеть:**

- навыками критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности;
- системным и процессным подходами к организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;
- основным функционалом современных технологий и сервисов цифрового маркетинга.

## **Модуль 3. Оценка результативности и эффективности цифрового маркетинга**

**Цель освоения модуля** – совершенствование компетенций, обеспечивающих формирование у слушателей целостного представления, расширение теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области оценки эффективности и результативности цифрового маркетинга.

**Профессиональные компетенции,** совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля 3:

- способность определять основные качественные и количественные показатели результативности и эффективности цифрового маркетинга;
- способность оценивать эффективность проведенных маркетинговых мероприятий, разрабатывать предложения по их совершенствованию.

### **Планируемые результаты обучения по модулю 3**

По итогам освоения модуля слушатели должны:

**знать:**

- основные показатели эффективности digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами;
- основные Показатели эффективности интернет-рекламы;
- подходы, методы, алгоритмы и инструменты оценки эффективности маркетинговой деятельности организаций на основе специализированных сервисов;

**уметь:**

- определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;
- использовать функционал систем маркетинговой аналитики;
- составлять отчеты об эффективности и результативности цифрового маркетинга;

**владеть:**

- методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг;
- методологией расчета показателей основных качественных и количественных показателей результативности и эффективности цифрового маркетинга.

Директор Института  
цифровых компетенций



*Handwritten signature in blue ink.*

М.А. Каткова