

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт развития
профессиональных компетенций и квалификаций

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Специалист SEO и SMM»

№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоемкость		В том числе			Форма контроля
		В часах	Всего	Контактная работа ¹		Самостоятельная работа	
				Лекции	Практич. Занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
М.1	Digital – трансформация: продвижение компаний в интернет - среде	36	16	6	10	20	Зачет
1.1	Маркетинговая стратегия в digital среде	12	6	2	4	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
1.2	Конкурентный анализ в digital маркетинге	12	4	2	2	8	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
1.3	Определение и анализ целевой аудитории. Поведение потребителей.	10	4	2	2	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
<i>Промежуточная аттестация</i>		2	2		2		Зачет

¹ С возможным применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

М.2	Инструменты поискового интернет-маркетинга	90	42	10	32	48	Зачет
2.1.	SEO-технологии в продвижении бизнеса	10	4	2	2	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
2.2.	Интернет как интерактивная среда digital-маркетинга. Доменные имена, хостинг	10	6	2	4	4	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
2.3.	Сайт – основная интернет-платформа для коммуникаций с целевой аудиторией. Разработка лендинга	14	6	2	4	8	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
2.4.	Внутренняя оптимизация	10	4		4	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
2.5.	Внешняя оптимизация	10	4		4	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
2.6.	Угрозы и риски в SEO	14	6	2	4	8	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
2.7.	Инструментарий оптимизатора. Статистика и аналитика. Медиапланирование	10	6	2	4	4	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
2.8.	Делегирование функций SEO. Аутсорсинг. Взаимодействие с другими инструментами интернет-маркетинга	10	4		4	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
<i>Промежуточная аттестация</i>		2	2		2		Зачет
М.3	SMM-маркетинг в санкционных условиях	74	30	12	18	44	Зачет
3.1.	Социальные медиа важный PR-инструмент в условиях кризиса	12	4	2	2	8	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
3.2.	Разработка стратегии продвижения в SMM	12	4	2	2	8	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
3.3.	Выбор инструментов и обозначение целей.	12	6	2	4	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
3.4.	Медиапланирование в SMM: контент план и платное продвижение	12	6	2	4	6	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
3.5.	Рекламная деятельность в социальных сетях: проблемы и решение	12	4	2	2	8	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов

3.6.	Основные показатели рекламных кампаний в SMM и фреймворки подходов в интернет рекламе	12	4	2	2	8	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
<i>Промежуточная аттестация</i>		2	2		2		Зачет
М.4	Маркетинг маркетплейсов	48	32	10	22	16	Зачет
4.1.	Обзор и перспективы маркетплейсов в России	8	4	2	2	4	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
4.2.	Размещение товара на площадке: дизайн, копирайтинг, инструменты первичного размещения, упаковка	8	6	2	4	2	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
4.3.	Обзор площадок и работа личного кабинета	10	6	2	4	4	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
4.4.	A/B-тестирование гипотез и аналитика продаж	10	8	2	6	2	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
4.5.	Компетенции менеджера по маркетплейсам: как стать востребованным сотрудником	10	6	2	4	4	Решение практических задач, разбор тестовых вопросов
<i>Промежуточная аттестация</i>		2	2		2		Зачет
Итоговая аттестация		8	8		8		Защита итогового практического задания
ИТОГО		256	128	38	90	128	