

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственной университет»
Институт профессионального развития



Утвержден на заседании
Ученого совета КГУ
«19» ноября 2019 г.
Протокол № 3

Наумов А.Р.

Учебно-методический комплекс
по программе повышения квалификации

«Эффективный интернет-маркетинг»

Кострома
2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ.....	4
1.1. Нормативные документы для разработки программы	4
1.2. Актуальность ДПП и область ее применения	4
1.3. Связь дополнительной профессиональной программы с профессиональными стандартами	5
1.4. Цель и задачи ДПП	5
1.5. Планируемые результаты освоения ДПП.....	6
1.6. Категория слушателей и требования к уровню подготовки	7
1.7. Срок освоения и форма обучения	7
1.8. Формы промежуточной и итоговой аттестации.....	7
1.9. Документ, который выдается слушателю по результатам освоения ДПП.....	7
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	7
2.1. Объем и виды учебной работы, в том числе с использованием дистанционных образовательных технологий.....	7
2.2. Учебно-тематический план	8
2.3. Рабочая программа.....	9
2.4. Содержание и требования к самостоятельной работе слушателей.....	11
2.5. Варианты индивидуальной траектории обучающихся	12
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП	13
3.1. Материально-технические условия реализации программы.....	13
3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы.....	13
4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ (Формы промежуточной и итоговой оценки, оценочные и методические материалы)	15
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И ОРГАНИЗАЦИИ КУРСА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ "ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ" С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ.....	16
5.1. Основные подходы к включению элементов дистанционного обучения в различные формы организации ДПО.....	16
5.2. Проектирование дистанционных элементов в программе дополнительного профессионального образования.....	17
5.3. Требования к содержанию компонентов дистанционного обеспечения программы ДПО.....	22
5.3.1. Титульные компоненты курса.....	22
5.3.2. Учебно-методический комплекс курса в структуре программы ДПО.....	22
5.3.3. Разработка методических указаний по освоению курса.....	23
5.3.4. Методические требования к разработке и представлению учебных материалов.....	24

5.3.5. Методические рекомендации по разработке практических материалов.....	26
5.3.6. Методические рекомендации по разработке оценочных материалов.....	27
5.3.7. Методические рекомендации по разработке иных компонентов курса с использованием элементов дистанционного обучения.....	28
5.4. Проектирование вариативности программы ДПО.....	29
5.5. Методические рекомендации по проектированию содержания курса Эффективный интернет-маркетинг.....	30
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ, ОСВАИВАЮЩИХ КУРС "ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ".....	32
7. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ.....	33

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

1.1. Нормативные документы для разработки программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Эффективный интернет-маркетинг» разработана в соответствии с нормативными актами:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»: гл. 2, ст. 11; гл. 9, ст. 73; гл. 10, ст. 76;

- 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».

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 января 2014 г. № 2 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

1.2. Актуальность ДПП и область ее применения

Цифровая экономика и интернет-технологии влияют на все сферы современной общественной жизни. Распространение и использование интернет-технологий способствует расширению масштабов торговли, более активному использованию капитала, усилению конкуренции и появлению новых рабочих мест, в том числе для лиц с ограниченными возможностями, а переход маркетинговой активности участников рынка в онлайн-среду дает новые возможности для развития, как существующего, так и нового бизнеса. Основываясь на постулатах традиционного маркетинга, интернет-маркетинг является эффективным инструментом исследований развития торговли и бизнеса, воздействия на целевую аудиторию.

Освоение программы «Эффективный интернет-маркетинг» позволит сформировать или модернизировать представления о стратегиях и тактиках маркетинговой деятельности в сети Интернет, как действующим предпринимателям, так и лицам, планирующим открыть собственный бизнес.

Область применения программы:

- сотрудники организаций, в должностные обязанности которых входит планирование и организация маркетинговой деятельности, в том числе в сети Интернет;

- предприниматели, имеющие собственный бизнес и обеспечивающие продажи с использованием интернет-технологий;

- частные лица, осуществляющие или планирующие самозанятость или трудоустройство в сфере интернет-коммуникаций.

1.3. Связь дополнительной профессиональной программы с профессиональными стандартами

Наименование программы	Наименование выбранного профессионального стандарта, ОТФ и/или ТФ	Уровень квалификации ОТФ и/или ТФ
Эффективный интернет-маркетинг	Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу» (утверждена Министерством труда и социальной защиты РФ от 19.02.2019 г. № 95н). ОТФ: Е. Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	5
	ОТФ: F. Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	5
	ОТФ: G. Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	5
	ОТФ: I. Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	6
	ОТФ: K. Стратегическое планирование интернет-кампаний	7
	Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. № 366н). ОТФ: С. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	7

1.4. Цель и задачи ДПП

Целью реализации программы «Эффективный интернет-маркетинг» является формирование у слушателей готовности планировать и реализовывать маркетинговую деятельность в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Для достижения поставленной цели реализуются следующие **задачи**:

- изучение особенностей, методов и инструментов интернет-маркетинга;
- ознакомление с современными тенденциями в развитии теоретических основ и практики интернет-маркетинга, включая маркетинг взаимодействия и партнерских отношений, маркетинг, ориентированный на стоимость, разработку и использование моделей ценности товаров и услуг, использование IT-технологий в маркетинговой деятельности;

- формирование умений, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области интернет-маркетинга, при разработке маркетинговых планов и проектов.

1.5. Планируемые результаты освоения ДПП

В результате освоения программы, обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты образования.

В результате освоения ДПП слушатель должен **знать**:

- методы проведения маркетингового исследования;
- понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).

В результате освоения ДПП слушатель должен **уметь**:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- использовать инструменты проектного управления успешными брендами;
- сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги);
- управлять продажами товаров и услуг;
- проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании;
- формировать имидж и деловую репутацию организации;
- продвигать товары (услуги) организации на рынок;
- улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики;
- выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий;
- проводить анализ результативности коммуникационной политики;
- использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики.

В результате освоения ДПП слушатель должен **овладеть** следующими практическими **навыками**:

- первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта;
- подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений;
- размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе;
- составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети Интернет;

- проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- составление стратегии поискового продвижения;
- анализ поведения посетителей веб-сайта;
- сбор статистических и аналитических данных.

В результате освоения ДПП слушатель должен **освоить компетенцию** планирования и реализации маркетинговой деятельности в информационно-коммуникационной сети Интернет.

1.6. Категория слушателей и требования к уровню подготовки

Программа повышения квалификации «Эффективный интернет-маркетинг» предназначена для лиц, имеющих среднее профессиональное или высшее образование.

1.7. Срок освоения и форма обучения

Форма обучения: очная, очно-заочная формы с применением дистанционных образовательных технологий.

Объем программы: 72 часа.

Срок освоения: 12 дней.

1.8. Формы промежуточной и итоговой аттестации

Промежуточная аттестация по темам ДПП включает в себя выполнение слушателями заданий двух уровней:

- 1) пороговый уровень – тестирование;
- 2) повышенный уровень – выполнение практического задания.

Итоговая аттестация организуется по накопительной системе. Для прохождения итоговой аттестации необходимо выполнить задания порогового или повышенного уровня по каждой из предложенных тем и получить положительную отметку за каждое из них.

1.9. Документ, который выдается слушателю по результатам освоения ДПП

Удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Объем и виды учебной работы, в том числе с использованием дистанционных образовательных технологий

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость	72
Лекции	20
Практические (лабораторные) занятия	40
Самостоятельная работа	12

2.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов	Всего, часов	В том числе		
			Лекции	Практические занятия	Самостоят. работа
Раздел 1. Цифровая экономика					
1	Понятие цифровой экономики и компетенции цифровой эпохи	7	2	2	3
Раздел 2. Маркетинг в цифровой экономике					
2.	Маркетинг	6,5	2	4	0,5
3.	Каналы и инструменты	4	1	2	1
4.	«Черные» и «серые» методы	3,5	1	2	0,5
5.	Интернет-профессии	3,5	1	2	0,5
Раздел 3. Проектирование и разработка веб-сайтов					
6	Сайты	6,5	2	4	1
7	Создание сайта	6	1	4	1
Раздел 4. Реклама в интернет					
8	Контекстная реклама	7	2	4	1
9	Контекстная реклама в РСЯ (рекламная сеть Яндекса) и Google Adwords	3,5	1	2	0,5
10	Товарная реклама		1	2	0,5
Раздел 5. Реклама и продвижение в социальных сетях					
11	Социальные сети	3,5	1	2	0,5
12	Продвижение в социальных сетях	3,5	1	2	0,5
13	Таргетированная реклама ВКонтакте	3,5	1	2	0,5
14	Ретаргетинг ВКонтакте и таргет в Facebook и Instagram	3,5	1	2	0,5
Раздел 6. Основы веб аналитики					
15	Веб-аналитика	7	2	4	0,5
Итоговая аттестация: зачет					
Итого		72	20	40	12

2.3. Рабочая программа

РАЗДЕЛ 1. Цифровая экономика

Тема 1. Понятие цифровой экономики и компетенции цифровой эпохи

Понятие цифровой экономики и компетенции в эпоху цифровой экономики. Проблема смены технологического уклада. Наиболее востребованные в будущем компетенции. 10 навыков будущего (The Institute for the Future). Федеральная программа «Кадры для цифровой экономики», Университет НТИ «20.35». Структура компетенций. Экзистенциальные и метанавыки. Кросс-контекстные навыки. Умение жить в эпоху цифрового мусора. Цифровые сервисы. Управленческие и коммуникационные компетенции.

РАЗДЕЛ 2. Маркетинг в цифровой экономике

Тема 2. Маркетинг

Офлайн и онлайн маркетинг. Особенности интернет-маркетинга. Стратегия интернет-маркетинга. Воронка продаж. Каналы коммуникаций комплексной воронки продаж. Омниканальность. Оценка рентабельности канала продаж. Стоимость привлечения клиента.

Тема 3. Каналы и инструменты интернет-маркетинга

Яндекс.Карты. Google Карты. Google Мой Бизнес. «2ГИС». Маркетплейсы. Агрегаторы. Социальные сети.

Тема 4. «Черные» и «серые» методы интернет-маркетинга

Фильтры Яндекса. Фильтры Google. Фильтры социальных сетей. Санкции за использование «черных» и «серых» методов продвижения в социальных сетях. Принципы борьбы с «черными» и «серыми» методами интернет-маркетинга.

Тема 5. Интернет-профессии

Веб-дизайнер (UX/UI). HTML-верстальщик, фронтенд-разработчик. Копирайтер. SEO-специалист. Программист (php, CMS, js). Контент-менеджер. Трафик-менеджер. SMM-менеджер. Вебмастер-фрилансер. Биржи фриланса. Интернет-ресурсы по дистанционному обучению интернет-профессиям.

РАЗДЕЛ 3. Проектирование и разработка веб-сайтов

Тема 6. Сайты

Классификация сайтов. Сайты-заглушки. Сайты-визитки. Корпоративные сайты. Лендинг-пейдж. Сайты витрины/каталоги. Агрегаторы. Интернет-магазины. Доменное имя сайта. Хостинг. Система управления сайтом. Конструкторы сайтов. Создание и редактирование страниц сайта. Этапы создания сайта.

Тема 7. Создание сайта

Mind-карта целевой аудитории. Структура сайта. Карта релевантности. Создание лендинга. Создание корпоративного сайта. Создание сайта интернет-магазина.

РАЗДЕЛ 4. Реклама в интернете

Тема 8. Контекстная реклама

Контекстная реклама. Рекламная сеть Яндекса. Яндекс.Директ. Семантическое ядро. Принципы настройки контекстной рекламы. Директ Коммандер. Показатели эффективности контекстной рекламы. Минус-фразы и минус-слова. Расчет ставки контекстной рекламы.

Тема 9. Контекстная реклама в РСЯ и Google Adwords

Баннерная реклама РСЯ. Google Adwords Editor. Ретаргетинг. Сегменты Яндекс.Метрики. Яндекс.Аудитории.

Тема 10. Товарная реклама

Товарная реклама. Динамический ремаркетинг. Яндекс.Маркет. Сервис Google Merchant Center. Google Покупки. Аналитика товарной рекламы.

РАЗДЕЛ 5. Реклама и продвижение в социальных сетях

Тема 11. Социальные сети

Социальные сети. Аудитория социальных сетей. Товарные аккаунты.

Тема 12. Продвижение в социальных сетях

Этапы продвижения в социальных сетях. Контент-план. Способы продвижения в социальных сетях.

Тема 13. Таргетированная реклама ВКонтакте

Таргетированная реклама в социальных сетях. Модель AIDA.

Тема 14. Ретаргетинг ВКонтакте и таргет в Facebook и Instagram

Ретаргетинг. Парсеры.

РАЗДЕЛ 6. Основы веб аналитики

Тема 15. Веб-аналитика

Яндекс.Метрика. Google Analytics.

2.4. Содержание и требования к самостоятельной работе слушателей

№	Название раздела, темы Задание	Время, необходимое для выполнения задания	Форма контроля
1	Раздел 1. Цифровая экономика	3	Проверка письменного задания преподавателем, оценка результатов тестирования
2	Раздел 2. Маркетинг в цифровой экономике Задание 1. Провести конкурентный анализ бизнеса в сети Интернет. Дать рекомендации по продукту, сервису, ценовой политике, дистрибуции и продвижения в сети Интернет. Задание 2. Предложить комплекс инструментов интернет-маркетинга для продвижения фирмы в сети Интернет. Задание 3. Проанализировать биржу фриланса, оценить стоимость работ по выполнению верстки и программирования на CMS Wordpress, созданию рекламных баннеров. Составить смету проекта. Задание 4. Подготовка к тестированию по темам раздела	2,5	Проверка письменного задания преподавателем, оценка результатов тестирования
3	Раздел 3. Проектирование и разработка веб-сайтов Задание 1. Создать сайт на одном из конструкторов (Wix или Tilda). Задание 2. Собрать семантическое ядро для сайта компании и составить карту релевантности сайта.	2	Проверка письменного задания преподавателем, оценка результатов тестирования

	<p>Задание 3. Подготовка к тестированию по темам раздела.</p> <p>Задание 4. Самостоятельное изучение материалов по теме «Сайты. Веб-аналитика» на образовательной платформе Stepik</p>		
4	<p>Раздел 4. Реклама в интернете</p> <p>Задание 1. Создать и настроить через Директ Коммандер поисковую рекламу для фирмы.</p> <p>Задание 2. Построить в Яндекс.Аудитории сегмент пользователей.</p> <p>Задание 3. Подготовить файл выгрузки в Яндекс.Маркет для 5 товаров из интернет-магазина. Подготовить пример файла Google Feed для 5 товаров из интернет-магазина.</p> <p>Задание 4. Подготовка к тестированию по темам раздела</p>	2	Проверка письменного задания преподавателем, оценка результатов тестирования
5	<p>Раздел 5. Реклама и продвижение в социальных сетях</p> <p>Задание 1. Провести конкурентный анализ во всех социальных сетях и предложить формат ведения социальных сетей для конкретной фирмы.</p> <p>Задание 2. Составить схемы и описание сегментов целевой аудитории фирмы; составить для фирмы контент-план для ВКонтакте и Instagram.</p> <p>Задание 3. Составить гипотезы для объявлений в таргете для конкретной фирмы.</p> <p>Задание 4. С помощью бесплатной версии Target Hunter собрать всех, кто проявлял активности в конкретном сообществе ВКонтакте.</p> <p>Задание 5. Подготовка к тестированию по темам раздела.</p> <p>Задание 6. Самостоятельное изучение материалов по теме «Social Media Marketing» на образовательной платформе Stepik</p>	2	Проверка письменного задания преподавателем, оценка результатов тестирования
6	<p>Раздел 6. Основы веб аналитики</p> <p>Задание 1. Эссе на тему «Использование инструментов интернет-маркетинга в практической деятельности»</p> <p>Задание 4. Подготовка к тестированию по темам раздела</p>	0,5	Проверка письменного задания преподавателем, оценка результатов тестирования

2.5. Варианты индивидуальной траектории обучающихся

Индивидуальная траектория обучающихся реализуется за счет конкретных методических приемов:

- дифференциация практических задания и самостоятельной работы слушателей на два уровня: пороговый и повышенный;
- составление практических заданий и кейсов на материале организаций, в которых работают слушатели, что позволяет максимально удовлетворить образовательный запрос;
- наличие выбора одного из предложенных выше онлайн-курсов для самостоятельной работы.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Реализация программы предполагает использование компьютерных классов с возможностью работы в специальных программах и доступа к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. Аудитории оборудованы мультимедийной техникой, ноутбуками для просмотра видео, презентаций.

Для организации обучения используются:

- скоростной канал подключения к сети Интернет (оптоволокно);
- бесплатный WiFi для слушателей;
- сайт университета с хостингом на собственном сервере;
- система дистанционного обучения (Moodle), позволяющая создавать курсы с контентом в виде текстов, файлов, презентаций, опросных листов, формой обратной связи, что позволяет создавать промежуточные и итоговые тесты в конце каждого модуля.

Дистанционное изучение программы предполагает наличие у слушателей компьютера или ноутбука с возможностью подключения к сети Интернет.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Основная литература

1. *Акулич М.В.* Интернет-маркетинг: учеб. для бакалавров. М.: Дашков и К, 2016. 352 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/541640> (дата обращения: 27.11.2019).

2. *Гуриков С.Р.* Интернет-технологии: учеб. пособие. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. 184 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/908584> (дата обращения: 27.11.2019).

3. *Мартиросян К.В.* Интернет-технологии: учеб. пособие / К.В. Мартиросян, В.В. Мишин. Ставрополь: СКФУ, 2015. 106 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457443> (дата обращения: 27.11.2019).

Дополнительная литература

1. *Брагин Л.А.* Организация розничной торговли в сети Интернет: учеб. пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

120 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/421959> (дата обращения: 27.11.2019).

2. *Винарский Я.С.* Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 269 с. URL: <http://znanium.com/catalog/product/468977> (дата обращения: 27.11.2019).

3. *Прохорова М.В.* Организация работы интернет-магазина] / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К°, 2016. 333 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889> (дата обращения: 27.11.2019).

4. *Алашкин П.* Все о рекламе и продвижении в Интернете / под ред. П. Суворовой. М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. 220 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721> (дата обращения: 27.11.2019).

5. *Ефимов А.Б.* E-mail маркетинг для интернет-магазина: инструкция по внедрению. М.: СилаУма-Паблишер, 2015. 357 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430517> (дата обращения: 27.11.2019).

Программное обеспечение и интернет-ресурсы

1. Университетская библиотека online. URL: <http://biblioclub.ru>.

2. Университетская библиотечная система «Znanium». URL: <http://www.intuit.ru>.

2. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR «Sostav». URL: <http://www.sostav.ru>.

3. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент». URL: <http://www.cfin.ru>.

4. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». URL: <http://www.marketing.spb.ru>.

5. Маркетинг-журнал 4p.ru: электронное издание (маркетинг портал). URL: <http://www.4p.ru>.

6. Marketer.ru: Статьи про рекламу, маркетинг, public relations, интернет. URL: <http://www.marketer.ru>.

7. Гильдия маркетологов: социальная сеть профессиональных контактов. URL: <http://www.marketologi.ru>.

8. Институт маркетинговых исследований ГФК-Русь. URL: <https://www.scanner.gfk.ru>.

9. Основы интернет-маркетинга // Stepik: образовательная платформа. URL: <https://stepik.org/course/4350/syllabus>.

10. Интернет-маркетинг от А до Я // ВКонтакте. URL: https://vk.com/bizness_online.

11. Нетология: университет интернет-профессий. URL: <https://netology.ru>.

12. GeniusMarketing: Образовательный проект. URL: <https://geniusmarketing.me>.

13. Tilda Publishing: Платформа для создания сайтов. URL: <https://vk.com/tildapublishing>
14. YAGLA – Экспертное сообщество. URL: <https://vk.com/multilanding>.
15. Контент-маркетинг. URL: <https://www.facebook.com/groups/235160016573323>.
16. Target Hunter. URL: <https://vk.com/targethunter>.
17. SMM продвижение и продажи. URL: <https://vk.com/smmprosales>.
18. Яндекс.Метрика. URL: <https://twitter.com/yandexmetrika>.
19. Яндекс.Директ. URL: <https://twitter.com/yandexdirect>.
20. Секрет Фирмы. URL: <https://vk.com/scrtfrm>.

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ (Формы промежуточной и итоговой оценки, оценочные и методические материалы)

Промежуточный контроль осуществляется после изучения каждого раздела курса с использованием дистанционных образовательных технологий.

Слушатель в соответствии со своими образовательными потребностями и уровнем подготовленности может выбрать пороговый уровень промежуточной аттестации по каждой теме (тестирование) или повышенный уровень (решение практической задачи на материале организации).

Тест оценивается по шкале «зачтено – не зачтено» и считается успешно выполненным, если слушатель верно ответил на 50 и более процентов поставленных тестовых заданий. Для прохождения тестирования слушателю предоставляется неограниченное количество попыток, период прохождения тестирования – весь срок реализации ДПП. Взаимозависимости между прохождением промежуточной аттестации по предыдущей теме и допуском к прохождению следующей темы не устанавливается.

Практическое задание оценивается преподавателем по шкале «зачтено – не зачтено», отметка «не зачтено» неудовлетворительная и означает, что практическое задание считается невыполненным.

Слушатель может изменить решение о прохождении того или иного уровня промежуточной аттестации. Например, получив неудовлетворительную отметку по результатам выполнения практического задания, можно перейти к выполнению теста.

Итоговая аттестация осуществляется по накопительной системе. Для прохождения итоговой аттестации слушатель должен выполнить с положительной отметкой одно задание по каждой теме (на выбор – тестирование или практическое задание).

Примеры тестовых заданий

1. Рассчитайте стоимость привлечения клиента, если цена клика 7 руб. и конверсия 0,6 %:

- a. 125,7 руб.;
 - b. 756,4 руб.;
 - c. 1167 руб.
2. Аудитория геоинформационных сервисов в месяц в России составляет:
- a. несколько сотен тысяч человек;
 - b. несколько миллионов человек;
 - c. несколько сотен миллионов человек.
3. Панда – это фильтр Google, санкционирующий за:
- a. взрослый контент на сайте;
 - b. покупку ссылок;
 - c. SEO, некачественные и неуникальные тексты.
4. Продолжите фразу: большой «вес» страниц сайта ...
- a. улучшает его видимость в поисковых системах;
 - b. не влияет на видимость сайта в поисковых системах;
 - c. понижает его видимость в поисковых системах.
5. Лендинг пейдж – это...
- a. страница, развернуто презентующая товар или услугу, предназначенная для приема рекламного трафика;
 - b. специальная страница с контактами и схемой проезда на сайте;
 - c. небольшой сайт компании из 3–5 страниц.
6. Частота для запроса “купить газ” (оператор кавычки) не включает запросы:
- a. купить ГАЗ;
 - b. купить авто газ;
 - c. купить для газа.
7. CTR – это...
- a. кликабельность объявления (отношение числа кликов к числу показов);
 - b. центр текстовой релевантности;
 - c. кликабельность объявления (отношение числа показов к числу кликов).
8. При настройке рекламы в РСЯ ...
- a. нужно использовать корректировки ставок;
 - b. можно использовать высокочастотные и мусорные запросы, относящиеся к тематике;
 - c. нужно использовать только запросы с точной частотой не менее 1000.
9. Google Merchant Center – это...
- a. сервис, агрегирующий данные о ваших товарах для Google;
 - b. система настройки товарной рекламы Google;
 - c. компания, оказывающая услуги по подключению вашего сайта к товарной рекламе на Google.
10. Умная лента – это...
- a. алгоритм определения, что вам показывать на основе ваших интересов и качества соединения в момент показа;
 - b. алгоритм определения, что вам показывать на основе ваших интересов,

формата контента и качества соединения в момент показа, а также других параметров;

с. алгоритм определения, что вам показывать на основе ваших интересов.

11. Engagement rate вычисляется как...

а. отношение числа лайков и комментариев последнего поста к числу просмотров;

б. отношение числа просмотров постов за сутки к числу подписчиков группы;

с. отношение среднего числа активностей на пост (лайков, шервов, комментариев) к числу подписчиков группы.

12. AIDA расшифровывается как...

а. визит – посещение – конверсия – продажа;

б. внимание – интерес – желание – действие;

с. настройка – привлечение внимания – взятие лида – контакт с лидом.

13. Ретаргетинг – это...

а. показ рекламы вашим потенциальным клиентам;

б. список аудиторий ваших клиентов, загруженных в рекламный кабинет ВКонтакте;

с. показ рекламы тем, кто с вами уже взаимодействовал.

14. Конверсия – это...

а. отношение числа пользователей, совершивших целевое действие за день, к общему числу визитов на сайте за месяц в процентах;

б. отношение числа совершивших целевое действие к общему трафику, в процентах;

с. отношение числа купивших к числу не купивших, в процентах.

Примеры практических заданий

Задание 1. Провести конкурентный анализ бизнеса в сети Интернет. Дать рекомендации по продукту, сервису, ценовой политике, дистрибуции и продвижения в сети Интернет.

Задание 2. Создать сайт на одном из конструкторов (Wix или Tilda).

Задание 3. Создать и настроить через Директ Коммандер поисковую рекламу для фирмы.

Задание 4. Провести конкурентный анализ во всех социальных сетях и предложить формат ведения социальных сетей для конкретной фирмы.

Задание 5. Эссе на тему «Использование инструментов интернет-маркетинга в практической деятельности».

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И ОРГАНИЗАЦИИ КУРСА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

5.1. Основные подходы к включению элементов дистанционного обучения в различные формы организации ДПО

Использование элементов дистанционного обучения возможно при любой форме организации учебного процесса в процессе организации программ дополнительного профессионального образования.

При очной форме обучения курс имеет структуру, состоящую из двух элементов: присутственные занятия и самостоятельная работа слушателей. Дистанционные технологии могут быть использованы для обеспечения самостоятельной работы.

При очно-заочной форме обучения структура курса разделяется на три элемента: присутственные занятия, занятия в дистанционной форме и самостоятельная работа слушателей. Второй компонент такого курса обязательно и в полной мере обеспечивается учебными, методическими и оценочными материалами при использовании системы дистанционного обучения (СДО). При разработке и проведении нашего курса использовалась LMS (learning management system) Moodle.

При заочной форме обучения присутственные занятия сводятся к минимуму (установочная и/или итоговая обзорная лекции) или отсутствуют вовсе. В этом случае весь материал курса обеспечивается средствами СДО. Образовательный контент в СДО должен включать саму учебную информацию (учебный материал), средства организации практической и самостоятельной работы обучающихся, средства оценивания, самооценивания и взаимооценивания обучающихся, средства организации взаимодействия обучающегося и преподавателя.

5.2. Проектирование дистанционных элементов в программе дополнительного профессионального образования

В зависимости от приведенных выше форм организации обучения по программе дополнительного профессионального образования система дистанционного обучения наполняется различными по объему компонентами, среди которых следующие.

1. Методические материалы по курсу, в том числе:

- пояснительная записка/инструкция для слушателя, в которой преподаватель рекомендует методику освоения курса, объясняет требования к промежуточной и итоговой аттестации;
- учебно-методический комплекс курса;
- видеолекция «О курсе» и иное.

2. Учебные материалы и оценочные средства, в который входят:

- глоссарий;
- список источников и литературы для освоения курса;

- видеолекции;
- текстовые лекции или конспект видеолекции;
- видеозаписи практического занятия (методом «захват экрана» или иными способами);
- презентации;
- практические задания;
- тесты;
- дидактические игры и иное.

Варианты структуры дистанционного обеспечения курса ДПО представлены в таблице 1.

Объем образовательного контента определяется преподавателем, исходя из рабочей программы курса, определяющей учебную нагрузку слушателей по всем видам работ.

При проектировании дистанционного обеспечения программы ДПО необходимо достичь такого баланса трудозатрат и образовательного контента, чтобы для освоения учебного материала в СДО слушателю требовался именно тот объем времени, который определен на эту тему в рабочей программе.

Достичь этого возможно объединяя экспертную оценку преподавателя и результаты апробации курса с привлечением отдельных слушателей и четким определением трудозатрат обучающегося.

Можно очень условно выделить нормативный показатель – один лекционный час соответствует не менее чем четырем стандартным страницам текста. Таким образом, базовый объем для курса составит произведение количества часов по учебному плану и нормативного показателя. Так, если по плану объем курса декларируется в 100 часов, то максимально допустимый объем основной части курса составит 400 стандартных страниц.

Под стандартной страницей понимается страница, сформированная в текстовом редакторе MS Word, в формате А4 со следующими параметрами:

- левое поле – 3 см;
- правое поле – 1 см;
- верхнее поле – не менее 2 см;
- нижнее поле – не менее 2 см;
- межстрочный интервал – одинарный;
- абзацный отступ – 1.25;
- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта 12;
- режим «выравнивание по ширине»;
- без расстановки переносов.

При проектировании учебного процесса по дисциплине с элементами дистанционного обучения необходимо учитывать следующие временные затраты обучаемых:

- изучение инструкций преподавателя по работе с курсом;
- изучение теоретических материалов курса;

- изучение основных и дополнительных источников из рекомендуемого библиографического списка;
- выполнение текущих контрольных заданий;
- подготовка и участие в контрольных мероприятиях (семинарах, чатах) как в режиме on-line, так и в режиме off-line;
- консультации с преподавателем как в режиме on-line, так и в режиме off-line;
- подготовка к аттестации и собственно аттестацию по курсу.

Суммарное время всех видов работ слушателя по курсу должно соответствовать количеству часов по учебному плану.

Для разработки курса с использованием элементов дистанционного обучения могут применяться три метода – пилотный (создание прототипа курса со всеми необходимыми технологическими элементами), метод шахт (проработка отдельной темы до логического конца одним из членов коллектива авторов) и метод пластов (разработка всех тем курса на одном глубоком методическом и техническом уровне одним автором).

Для первоначального построения курса необходимо использовать пилотный метод, который в значительной степени помогает избежать ложного старта (ощущения, что все сделано не так, отказ от предыдущей версии курса и работа по курсу «с нуля»). Кроме того, необходимо учесть то, что создание курса именно с помощью такого метода вполне доступно любому преподавателю университета, достаточно уверенно владеющему системой дистанционного обучения и материалом своей дисциплины.

При проектировании курса необходимо:

- определить целевые ориентиры программы ДПО, которые должны быть обусловлены результирующими компетенциями слушателей, иметь связь с профессиональными стандартами;
- произвести отбор учебного материала, форм и методов его представления, оценочных средств;
- провести четкую структуризацию учебного материала, выделив небольшие, легко усваиваемые блоки информации. Предпочтительно, чтобы темы в программе ДПО не были слишком крупными (оптимально – 2 часа);
- продумать единый стиль представления учебной информации. Хорошо, если удастся представить все темы в общих компонентах. Все дидактические компоненты (например, все лекции) должны иметь единую внутреннюю структуру и оформление;
- активно использовать различные формы наглядности, шире использовать иллюстративные элементы;
- обязательно использовать различные формы контроля учебных достижений слушателя. К наиболее распространенным относят тесты и практические задания. Тесты удобны автоматизированной проверкой. С их помощью можно обеспечить наполняемость курса отметками и повысить объективность итоговой аттестации. Практические задания предполагают

качественную оценку и отзыв преподавателя. Это имеет большое обучающее значение для слушателей;

- продумывать формы обратной связи и взаимодействия преподавателя и слушателя. Среди них: форумы, чаты, электронная переписка, в том числе рассылка, содержащая методические советы по освоению курса.

Более детальный алгоритм разработки дистанционного курса выглядит как поэтапное решение следующих задач.

1. Определить цели и задачи курса.

2. Учесть особенности целевой группы, для которой создается этот курс, и выбрать методику дистанционного обучения с учетом целей курса - продумать организацию учебного процесса, методы взаимодействия преподавателя и студента (слушателя), виды и формы занятий.

3. Структурировать и подготовить учебный материал - разбить курс на разделы, а раздел - на небольшие смысловые части – темы (занятия). Каждый раздел и каждое занятие модуля должны иметь заголовки.

4. Осуществить подбор для каждой темы практических заданий.

5. Подготовить медиафрагменты - рисунки, таблицы, схемы, видеоряд, согласно требованиям эргономики.

6. Подобрать литературу и гиперссылки на ресурсы Интернет для каждого модуля (темы). Тщательный подбор ссылок позволит обучающемуся сэкономить массу времени, избавив от самостоятельного поиска информации и связать курс с лучшими мировыми информационными источниками.

7. Разработать систему контроля и оценки знаний студента - подобрать тесты, задачи, контрольные вопросы, темы рефератов и курсовых работ и т.п.

8. Продумать варианты организации обратной связи.

9. Разработать методические материалы по изучению курса, календарь курса.

10. Разместить материалы курса в системе дистанционного обучения.

11. Протестировать курс, в том числе на различных разрешениях экрана и различных браузерах.

12. Привлечь к апробации курса коллегу (коллег) и нескольких обучающихся для выработки критических замечаний по курсу

13. Доработать курс с учетом высказанных замечаний

14. Апробировать курс в дистанционном учебном процессе.

15. Модернизировать курс по результатам учебной апробации.

В дальнейшем модернизировать курс с учетом его использования в системе дистанционного обучения (в значительной мере опираясь на отзывы студентов, полученные в конце изучения дисциплины), достижений науки и техники.

Курс необходимо построить так, чтобы оказывать консультативную помощь студенту в минимально короткие сроки. Самым предпочтительным вариантом оказания консультаций является форум, позволяющий исключить дублирование вопросов.

Для успешного ведения образовательного процесса преподавателю необходимо предусмотреть организацию дистанционной мотивации студентов к выполнению учебных работ по курсу. Построение индивидуальной обратной связи, с фокусировкой внимания и усилий обучаемого позволяет повысить эффективность обучения.

Курс должен быть построен так, чтобы отвечать требованиям декомпозиции, т.е. обладать возможностью изменения отдельных фрагментов курса без изменения курса в целом.

Критерий качества дистанционного курса можно определить как: «в любое время в любом месте доступно и понятно с первого раза».

Таблица 1

Возможные компоненты дистанционного обеспечения программы ДПО

№ п/п	Наименование элемента	Содержание элемента
1.	Титульные компоненты курса	название курса сведения об авторе (авторах). аннотация
2.	Учебно-методический комплекс	рабочая программа методическое обеспечение курса
3.	Методические указания по освоению курса	руководство к изучению дисциплины и прохождению промежуточной и итоговой аттестации методические рекомендации к разделам курса и отдельным оценочным средствам
4.	Учебный материал	электронные лекции презентации аудиолекции видеолекции
5.	Практические материалы	практические и лабораторные работы семинары
6.	Оценочные материалы	вопросы к зачету (экзамену); перечень тем рефератов, курсовых работ (проектов); задания для контрольных и самостоятельных работ; вопросы и тесты для самопроверки; промежуточные тесты; контрольные тесты.
7.	Глоссарий	Основные понятия, термины и определения, использующиеся при изучении курса
8.	Список источников информации	список основной учебной литературы; список дополнительной литературы (справочные издания и словари, периодические и отраслевые издания, научная литература и т.п.); ссылки на Интернет-ресурсы

5.3. Требования к содержанию компонентов дистанционного обеспечения программы ДПО

5.3.1. Титульные компоненты курса

Титульные элементы курса включают название курса, сведения об авторе/авторах, аннотацию.

Название курса должно максимально точно отражать его содержание. Не допускается расхождение наименования, которое определяет ожидания слушателей и содержания курса.

Сведения об авторе (авторах). В сведениях об авторе указывается фамилия, имя, отчество разработчика курса, ученая степень и ученое звание. Рекомендуется указать опыт и практические компетенции преподавателя в области курса.

В аннотации необходимо указать, для какой аудитории предназначается курс, его цели и задачи. При этом необходимо помнить, что цель – это конечный результат, а задачи – этапы и действия, посредством выполнения которых достигается поставленная цель.

Аннотация также может содержать методические рекомендации по освоению курса. Нужно указать последовательность и характер работы с разными элементами курса, их предназначение.

Важно четко и однозначно определить требования к слушателям по прохождению ими текущей и итоговой аттестации.

Этот элемент включается в аннотацию, если в курсе не разрабатывается отдельный элемент – методические рекомендации по освоению курса.

В том случае, если курс преподается не автором-разработчиком или курс разработан группой авторов, необходимо четкое указание того, кто именно будет работать со слушателями данной группы. Нужно определить характер взаимодействия с преподавателем, каналы коммуникации.

5.3.2. Учебно-методический комплекс курса в структуре программы ДПО

Учебно-методический комплекс включает в себя:

- общую характеристику курса, его актуальность, цели, задачи, связь с профессиональными стандартами, результаты освоения курса, формы и сроки, в которых реализуется курс;

- рабочую программу курса, в том числе содержание курса и тематический план, требования к самостоятельной работе, промежуточной и итоговой аттестации;

- методическое обеспечение курса, которое включает в себя методические рекомендации для преподавателей и слушателей, учебно-методическое обеспечение, материально-техническое обеспечение курса.

Одной из самых важных частей УМК является описание содержания курса. Лучше организовывать курс по модульному принципу, т.е. разбивать содержание курса на модули или разделы, каждый из которых ограничен определенным временем и информационно логически замкнут, представляя из себя четко определенный объем учебного материала. Результат работы с модулем должен фиксироваться одним или несколькими видами контрольных мероприятий. Рекомендуемое число модулей в течение семестра равно трем, по аналогии с количеством рубежных контролей.

При написании аннотаций, помимо определения основных смысловых акцентов модуля, необходимо отметить особенность каждого модуля и его важность в общей структуре курса, заострить внимание студента (слушателя) на особенно трудных или своеобразных моментах и т.п.

Модуль, в свою очередь, разбивается на более мелкие структурные единицы – темы или занятия. Именно эта структурная единица курса является аналогом обычного аудиторного занятия. Как правило, тема должна в своем составе содержать несколько разнородных видов учебной деятельности (учебный материал, практические задания и оценочные средства), содержание и состав которых должны быть достаточными для усвоения содержания темы за 2 академических часа.

5.3.3. Разработка методических указаний по освоению курса

Руководство к изучению дисциплины содержит методические указания по изучению дисциплины, выполнению контрольных, практических и лабораторных работ, организации самостоятельной работы, определяет количество контрольных заданий, которые нужно выполнить для допуска к итоговой аттестации по программе курса, а также форму промежуточной и итоговой аттестации. Представляет собой комплекс разъяснений и указаний, помогающих студенту эффективно организовать процесс обучения. При разработке данного элемента необходимо помнить о том, что основная часть курса изучается студентом самостоятельно, а значит, необходимо максимально предусмотреть все возможные сложности и вопросы для любого этапа дистанционного курса.

В общих методических указаниях желательно отдельно оговорить следующие позиции:

- дополнительные программы, необходимые для комфортного прохождения курса;
- основную методику работы с курсом (самостоятельная работа, работа в группе, работа с преподавателем, порядок ликвидации задолженностей и т.д.);

- требования к начальной подготовке, необходимые для успешного усвоения дисциплины;

- рекомендации по организации обратной связи и т.п.

Методические указания к модулю или теме могут содержать следующие позиции:

- цели и задачи;

- обязательная и дополнительная литература с указанием конкретных страниц (в случае необходимости);

- перечень заданий, которые надо выполнить;

- требования к выполнению заданий и критерии их оценивания;

- контрольные сроки выполнения заданий;

- примерное (рекомендуемое) распределение времени на изучение модуля (темы);

- указания требуемых (допустимых) уровней усвоения;

- предупреждающие ответы на часто задаваемые студентами (слушателями) вопросы.

Таким образом, этот элемент курса, в зависимости от своего назначения, может варьироваться – от общего руководства по изучению дисциплины до пояснения к отдельным темам курса и различным рекомендациям более узкого характера (например, рекомендации по работе с литературой). Описывая каждый элемент курса как можно подробнее, с максимальным количеством инструкций, преподаватель предупредит поток единообразных вопросов и уточнений, а студентам (слушателям) поможет легко сориентироваться в новом для них курсе.

Иногда построение курса логично требует составления методических указаний не в целом по курсу, а по каждой теме. Но в любом случае указания должны быть сформулированы так, чтобы студент имел возможность от учебной деятельности под руководством преподавателя перейти к самостоятельному освоению курса и самоконтролю.

Тематический план-график курса – определяет порядок изучения и преподавания учебного курса, расписание проведения учебных занятий всех видов и контрольных мероприятий изучаемой дисциплины. Включает в себя:

- сроки прохождения курса, модуля, темы;

- формы и время отчетности;

- график практических и семинарских занятий;

- график консультаций.

5.3.4. Методические требования к разработке и представлению учебных материалов

Гипертексты. Должны содержать развернутое системное изложение модуля, в котором раскрывается содержание каждого учебного элемента.

Кроме ссылок на основную литературу, должен содержать ссылки на дополнительные и сетевые информационные ресурсы. Информация, представленная в элементе, должна быть достаточной для ответа на контрольные и тестовые задания. Стиль изложения в этом элементе, как правило – академический.

Электронные лекции. Именно в этом структурном элементе должна содержаться основная учебная информация, при этом лекция должна быть организована и наполнена так, чтобы:

- обзорно освещать материал с выделением ключевых вопросов;
- содержать всю необходимую информацию для успешного ответа на промежуточные и контрольные вопросы по теме и тестовые задания;
- минимизировать обращение студента к дополнительным источникам информации;
- включать в себя дополнительные элементы для иллюстрации изучаемого материала – звук, видео, графику, анимацию и т.д., при этом включаемые элементы не должны превалировать над основным информационным содержанием лекции, не отвлекать внимание студента (слушателя) от основного учебного процесса, а наоборот, удерживать их внимание;
- содержать обобщающие таблицы, диаграммы, схемы, графики, отражающие главные сведения или выводы. Материал, представляемый в такой форме, должен быть наглядным и содержать емкие комментарии;
- содержать ссылки (список рекомендуемой литературы по теме) на литературные источники по теме согласно приведенной библиографии в рабочей программе курса, с указанием конкретных глав, разделов, страниц;
- включать вопросы для самопроверки (в разной форме) после каждого раздела (темы) лекции;
- завершаться краткими выводами с целью ориентирования студента на определенную совокупность сведений, которые следует надежно усвоить и запомнить.

Аудиолекции, видеолекции – в некоторых случаях более предпочтительны, чем электронная лекция, например, вводную, установочную лекцию оправданно представлять в видеоряде – в этом случае сразу же налаживается личностный контакт студент-преподаватель, дальнейшее обучение становится не безличным. Аудиолекции удобны для студента тем, что, в отличие от электронного текста, изучать их можно в более широком диапазоне времени, не будучи привязанным к определенному месту. Но необходимо помнить, что при включении данных элементов в курс, может ограничиваться возможность комфортного их использования из-за высоких требований к хранению информации большого объема и низкой пропускной способности каналов связи.

Презентации – презентационные материалы отражают основные понятия дисциплин (терминологию), иллюстративные, схематические, графические

материалы и позволяют в обобщенном и наиболее привлекательном виде представить содержание дисциплины. Их использование значительно повышает информативность и выразительность подаваемого материала, поскольку при этом одновременно задействованы как слуховой, так и зрительный каналы восприятия информации.

Подборки статей или фрагменты учебных пособий необходимо использовать в том случае, если необходимая информация недоступна, содержится в объемных изданиях или в других случаях, оправданных логикой курса.

5.3.5. Методические рекомендации по разработке практических материалов

Практические работы. Блок должен содержать практические задания, которые студенту необходимо выполнить для получения допуска к итоговой аттестации по дисциплине.

Практические занятия могут организоваться с использованием средств вебинаров или с использованием видеозаписей практической работы преподавателя или с использованием инструмента «захват экрана», если практическое выполняется с использованием персонального компьютера.

В практикум желательно включать примеры решения типовых задач и задач, аналогичных тем, которые включены в задания для итоговой аттестации. Необходимо предусмотреть блок, в котором будут представлены задачи для самостоятельной проработки.

Лабораторные работы. Блок должен содержать лабораторные работы, которые студенту необходимо выполнить для получения допуска к аттестации по дисциплине. Этот элемент, независимо от того, используются ли в курсе виртуальные лабораторные работы или их проведение запланировано на очную аттестационную сессию, должен включать в себя методические указания по проведению работ.

Семинары – активный деятельный элемент курса, направленный на многие цели:

- итоговое осмысление изучаемого материала;
- качественное изучение наиболее проблемных теоретических тем курса;
- коллективное обсуждение теоретических и методических вопросов курса;
- формирование психологического климата в группе, ее сплоченности;
- развитие навыков работы в коллективе.

При планировании данного элемента в обязательном порядке необходимо предусмотреть точные формулировки по подготовке к семинару и его проведению (заранее озвучить темы семинара, важность семинара в общей структуре курса, условия участия в нем и его оценки и т.д., т.е. фактически

подготовить план семинара). Проведение семинара возможно как в режиме on-line с помощью средств вебинара, так и в режиме off-line (с помощью инструмента «Семинар») – в зависимости от целей и назначения. При проведении семинара в режиме on-line, необходимо для «сбора» группы в определенное время использовать все возможные ресурсы – электронную почту, новостной форум, электронную доску объявлений, рассылки и т.п. Учитывая возможности и результативность элемента, настоятельно рекомендуется его использование в курсе не менее двух раз, но не чаще, чем один раз в две недели.

При подготовке всех практических материалов необходимо соблюдать следующие требования:

- тесная связь с теоретическим учебным материалом;
- конкретность, ясность формулировки;
- комплексность видов;
- разнообразие ступеней сложности;
- наличие нескольких вариантов с четкой системой выбора варианта (например, для контрольных работ);
- отсутствие организационных трудностей в выполнении;
- оптимальность объема в соответствии с нормами времени на самостоятельную работу.

5.3.6. Методические рекомендации по разработке оценочных материалов

Вопросы к зачету (экзамену) – допускается приведение примерных вопросов.

Перечень тем рефератов, докладов, проектов, учебных исследований помимо собственно названий тем, должен содержать рекомендации к выполнению работ (проектов, исследований), требования к их оформлению и другую информацию, необходимую, с точки зрения преподавателя, для успешной реализации задачи.

Задания для контрольных и самостоятельных работ – должны сопровождаться четкими указаниями по их выполнению и выбора номера варианта.

Вопросы и тесты для самопроверки – необязательные, но желательные для выполнения студентами задания по изучаемой теме для более полного ее усвоения и закрепления.

Промежуточные тесты - должны в том числе, содержать в себе задания (или аналогичные им), используемые при формировании тестов самоконтроля.

Контрольные тесты – должны содержать в себе задания для проверки уровня знаний по всему теоретическому курсу.

Опыт дистанционного обучения показывает, что нужна отчетность за каждый модуль или тему курса, студенту нельзя двигаться дальше, не изучив и «закрыв» текущий раздел. Наличие в курсе такого контроля смотивирует слушателя на ежедневную, планомерную работу. Однако возможны ситуации, особенно при обучении взрослых, когда преподаватель не устанавливает зависимости между выполнением одного и другого задания.

При составлении тестов важно использовать разные типы тестовых заданий:

- открытые задания. Предполагают пропуск ключевого термина, смысловой части утверждения. Допускается пропуск одного или двух слов, не более. Пропущенные слова должны быть однозначными и существенными в предлагаемом утверждении;

- закрытые задания. Обучающемуся предлагается незавершенное утверждение, которое надо завершить выбором правильного варианта или вариантов. Предлагаемые варианты должны содержать верные и неверные ответы. Неверных ответов должно быть столько же или больше, чем верных. Неверные ответы не должны быть абсурдными, но и не должны специально «мимикрировать» под верные ответы. Отличия между верными и неверными ответами должны быть существенными;

- задания на соответствие. В этом случае обучающемуся предлагается соотнести одну группу компонентов с другой. Установление правильной связи показывает освоение учебного материала. Важно оставлять один лишний компонент в одном из двух рядов, чтобы последняя пара не формировалась автоматически;

- задания на установление правильного порядка. Слушатель должен расставить категории в правильном порядке. Этот порядок определяется преподавателем в задании. Может быть хронологический порядок или порядок от общего к частному и т.д.;

- задания в форме эссе. Это задание предполагает ответ в свободной форме. Он проверяется преподавателем и, как правило, имеет больший вес в итоговой оценке, чем другие типы заданий.

Методические требования к составлению тестов ограничивают задания в вопросной и отрицательной форме. Искомое в задании лучше размещать в начале утверждения.

Тест может быть ограничен по времени выполнения, по сроку, по количеству попыток. Эти ограничения вводятся преподавателем для достижения педагогических целей. Преподаватель также принимает решение о пороговом значении верных ответов, которое нужно достичь для получения положительной отметки по тесту.

5.3.7. Методические рекомендации по разработке иных компонентов курса с использованием элементов дистанционного обучения

Глоссарий

Обеспечивает толкование и определение основных понятий и терминов, необходимых для осмысления и освоения учебного материала в полном объеме. Формируется в алфавитном порядке и с гиперссылками из разделов курса.

Список источников информации

Должен включать в себя списки основной и дополнительной литературы, составленные в порядке значимости источников для изучения дисциплины и оформленный в соответствии с ГОСТ 7.1–2003. Желательно наличие ссылок на Интернет-ресурсы. Преподаватель должен принять в учет доступность рекомендованной литературы и источников для слушателей

Иллюстративный материал

Электронный ресурс подразумевает большое количество иллюстративного материала, помогающего облегчить пользователю курса усвоение теоретического материала, поэтому его подготовка требует особых продуманности и тщательности.

Иллюстрации должны быть выполнены с высоким качеством и в форматах .jpg, .gif, .cdr, .wmf. В любом случае следует избегать экзотических форматов данных. Во всех случаях необходимо принять меры по минимизации объема графического файла. Формулы, которые набираются в редакторе MS Equation (MathType), сохраняются (для облегчения дальнейшего внедрения в оболочку ДО) как html-файл или набираются непосредственно во встроенном в оболочку редакторе формул TEX.

Анимация. Некоторые задачи обучения (например, показ динамики некоторого процесса) для большей наглядности требуют включения в курс анимации – мультфильмов или видеофильмов в форматах .swf или .avi (без сжатия).

5.4. Проектирование вариативности программы ДПО

Вариативность в рамках программы ДПО может обеспечиваться рядом методических способов:

- проектирование содержательных компонентов курса в нескольких уровнях сложности;
- проектирование компонентов курса в разном содержании, которое зависит от образовательных потребностей обучающихся;
- проектирование оценочных средств с дифференциацией уровня сложности (например, тесты – пороговый, обязательный уровень; открытые практические задания – повышенный уровень сложности);

- проектирование самостоятельной работы с дифференциацией по содержанию (например, освоение онлайн-курса или серия заданий, предложенных преподавателем);

- проектирование самостоятельной работы с дифференциацией по уровню сложности;

- проектирование промежуточной аттестации с вариативными маршрутами (накопительная система, решение итогового интегративного задания, выполнение проекта или исследования и др).

Проектирование вариативного курса повышает его образовательный потенциал, позволяет индивидуализировать процесс обучения.

5.5. Методические рекомендации по проектированию содержания курса «Эффективный интернет-маркетинг»

Программа «Эффективный интернет-маркетинг» в объеме 72 часа представляет вводное знакомство с инструментами маркетинга в сети Интернет и возможностями их использования на практике. Курс содержит 15 тем в логически выстроенной последовательности.

Знакомство с курсом начинается с введения в цифровую экономику и определения актуальных компетенций в эпохе цифровой экономики.

Поскольку курс рассчитан на широкую аудиторию, раздел «Маркетинг в цифровой экономике» включает в себя определение традиционного маркетинга, инструментом которого является интернет-маркетинг, знакомство слушателей с основными инструментами интернет-маркетинга, запрещенными приемами («черные» и «серые» методы) и видами ответственности за их использование, а также с актуальными в сфере интернет-маркетинга профессиями.

Раздел «Проектирование и разработка веб-сайтов» включает в себя знакомство с классификацией интернет-сайтов, возможностями их использования, основами разработки и поисковой оптимизации сайта в сети интернет. Изучив данный раздел, слушатели смогут:

- ориентироваться в многообразии видов сайтов при продвижении своих проектов (идей, компаний, товаров и услуг);

- разрабатывать сайты с помощью конструкторов сайтов Tilda или Wix;

- составлять портрет целевой аудитории;

- работать с сервисом Яндекс.Вордстат, позволяющим отслеживать статистику поисковых запросов в системе Яндекс, на основании которой возможны разработка семантического ядра для сайта, прогноз трафика на сайт подготовка рекламной кампании в Яндекс.Директ.

Раздел «Реклама в интернете» включает ознакомительный материал по таким инструментам интернет-маркетинга, как контекстная реклама, контекстная реклама в РСЯ и Google AdWords, товарная реклама. Освоив материал данного раздела, слушатели смогут настроить контекстную рекламу в Яндекс Директ и Google Adwords.

Раздел «Реклама и продвижение в социальных сетях» знакомит с многообразием социальных сетей, их целевой аудиторией и возможностями продвижения проектов (идей, компаний, товаров и услуг) с помощью Social Media Marketing. На базе полученных в этом разделе знаний слушатели смогут:

- проводить конкурентный анализ в социальных сетях,
- оформлять сообщества в социальных сетях,
- строить сегменты целевой аудитории для социальных сетей,
- разрабатывать контент план для сообществ в социальных сетях,
- настраивать таргетированную рекламу,
- оценивать эффективность коммуникаций в социальных сетях.

Возможности анализа эффективности инструментов интернет-маркетинга представлены в заключительном разделе курса – веб аналитика. Освоив материал данного раздела, слушатели будут иметь представление о сервисах для анализа поведения пользователей сайтов и приложений (Яндекс Метрика, Google Analytics).

При необходимости курс «Эффективный интернет-маркетинг» может быть дополнен темами:

- Email маркетинг
- Мессенджер маркетинг
- CPA сети
- RTB реклама
- Контент маркетинг
- Программы лояльности
- Мобильные приложения
- Автоворонки
- Чат боты
- Блоггинг
- Реклама на Youtube
- CRM системы
- Медийная реклама в Интернет
- Тизерные сети.

Самостоятельная работа слушателей организована в соответствии с темами разделов курса и заключается в выполнении заданий порогового и повышенного уровня по выбору. Пороговый уровень представлен тестовыми заданиями по 14-ти темам курса. Повышенный уровень представлен 14-ю практическими заданиями, выполнение которых позволит сформировать и закрепить практические навыки применения изучаемых технологий. При выполнении самостоятельной работы слушателям рекомендуется ознакомиться с дополнительными учебными материалами дистанционного курса «Основы интернет-маркетинга» на образовательной платформе Stepik по темам «Сайты.

Веб-аналитика» и «Social Media Marketing» параллельно с изучением одноименных разделов данного курса.

Все практические задания связаны с работой непосредственно на компьютере. При выполнении заданий обязательно требуется наличие подключения к сети Интернет.

Большая часть информации, которая требуется для выполнения практических заданий, представлена в учебных материалах курса. При выполнении заданий слушатель может пересмотреть тот фрагмент видеоконтента или конспекта лекции, в котором описаны конкретные действия необходимые для выполнения задания.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ, ОСВАИВАЮЩИХ КУРС "ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ"

Освоение курса "Эффективный интернет-маркетинг" требует от слушателя заинтересованности и участия в нескольких видах деятельности.

Методические рекомендации по освоению курса позволят решить поставленные задачи максимально эффективно.

Курс состоит из четырех компонентов:

- лекционные и практические занятия, организованные в присутственной форме;

- лекционные и практические занятия, организованные с использованием дистанционных технологий;

- самостоятельная работа;

- промежуточная и итоговая аттестация.

Все материалы структурированы по разделам и темам.

Для успешного освоения курса рекомендуем следующую логику действий слушателя:

- посещение присутственных занятий. Оптимально, если слушатель заранее ознакомится с содержанием тем в СДО. Это позволит преподавателю не репродуцировать учебный материал, а работать в диалоге со слушателями, поясняя сложные моменты, выявляя неочевидное содержание и взаимосвязи между компонентами учебного материала, объясняя связь учебного материала с жизненным опытом слушателей;

- просмотр видеолекций и видеозаписей практических занятий. При невозможности посетить присутственное занятие слушатель может воспользоваться видеозаписью. Работа с видеозаписью лекции предпочтительна для тех слушателей, у кого доминирующим каналом усвоения учебного материала является слуховой. В видеозаписи соединены текст лекции и презентация. Видеозапись практического занятия, выполненного способом «захват экрана» поможет слушателям освоить практические приемы работы с цифровыми средствами;

- работа с электронными лекциями. Хорошо, если слушатель не просто читает лекции, а аналитически обрабатывает их. Для такой обработки

необходимо выявлять внутреннюю структуру материала, взаимосвязи и иерархию между его компонентами. Если совершать эти операции мысленно сложно, можно посоветовать составление развернутого плана материала, конспекта лекции, мнемонических схем, таблиц, рисунков;

- работа с презентациями. Презентация соответствует содержанию лекции, иллюстрирует и визуализирует ее. Презентация помогает структурировать материал. Она содержит самые важные элементы учебного материала;

- самостоятельная работа заключается в освоении всех компонентов курса по предложенным темам вне непосредственного контакта с преподавателем, в удобном темпе и в удобное время. Слушателю необходимо обратить внимание, какой объем самостоятельной работы предполагается по каждой из тем. Раздел 2.4. УМК конкретизирует содержание и задания по самостоятельной работе;

- промежуточный и итоговый контроль. Для самоконтроля прохождения курса и контроля со стороны преподавателей слушателям предлагается выполнить ряд заданий. Основными типами заданий являются тесты и практические задания.

Для прохождения промежуточной аттестации необходимо хорошо проработать содержание темы. При выполнении практических заданий слушателям рекомендуется соединять жизненный опыт с новыми компетенциями. Ответ должен быть точно по сути вопроса, лаконичным и структурированным. Ответ не должен быть заимствованным. Объем – не более 0,5 страницы.

Итоговая аттестация проводится по накопительной системе. Для прохождения итоговой аттестации необходимо выполнить пороговый или повышенный уровень заданий по каждой из предложенных тем. Подробно условия прохождения итоговой аттестации представлены в разделе 4 данного УМК.

Обращаем внимание слушателей на вариативные траектории освоения курса.

Слушатель может выбрать один из двух предложенных уровней заданий по каждой теме.

Пороговый уровень представлен тестом. Вы можете проходить тест дважды. Тест оценивается по шкале "зачтено - не зачтено". Чтобы получить зачет, вам необходимо правильно ответить на 60 и более % заданий.

Повышенный уровень представлен практическим заданием открытого типа. Вам необходимо выполнить задачу, поставленную преподавателем, и написать ответ в произвольной форме. Этот тип заданий оценивается по шкале «зачтено-не зачтено».

Итак, по каждой теме слушатель может выбрать - пройти тест или выполнить практическое задание.

Для связи с преподавателем можно воспользоваться форумом или электронной почтой, сервисом «комментарии». В ходе курса осуществляется

информационная и методическая рассылка, которая помогает слушателям в обучении и самоорганизации.

Освоение курса потребует от слушателей 72 часа присутственной и самостоятельной работы. Плановая работа позволит завершить курс успешно, освоить новые компетенции и получить удостоверение о повышении квалификации.

7. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Брут-Бруляко Александр Альбертович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Костромского государственного университета

Попова Светлана Валентиновна, старший преподаватель кафедры экономики и управления Костромского государственного университета.