

**Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»
Центральные туристские курсы**

СОГЛАСОВАНО:

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор РМАТ

ООО «СЕМЬ ВЕТРОВ М»

А.С. Сафронов

Е.Н. Трофимов

СОГЛАСОВАНО:

Первый проректор РМАТ

В.Ю. Питюков

**Программа профессиональной переподготовки
«Менеджмент объектов туризма и гостеприимства в Интернет»**

398 часов

Автор программы:

к.э.н., доцент Л.А. Родигин

Директор Центральных туристских курсов к.пед.н., доцент Г.И. Зорина

Химки
2022

РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Общие положения

Программа разработана в соответствии с федеральными государственными образовательными профессиональными стандартами бакалавриата, утвержденными приказами Минтруда России по направлениям подготовки:

- СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ от 19 февраля 2019 г. N 95н;
- 38.03.02 Менеджмент от 12 августа 2020 г. N 970;
- 43.03.02 Туризм от 8 июня 2017 г. № 516;
- 43.03.03 Гостиничное дело от 8 июня 2017 г. N 515

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОСВО и настоящей программой

| № п/п | Код профессионального стандарта | Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта |
|--|---------------------------------|--|
| 63.12 Деятельность web-порталов 73.11 Деятельность рекламных агентств | | |
| 1 | 06.043 | ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ» Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н |
| 2 | 38.03.02 | Менеджмент от 12 августа 2020 г. N 970 |
| 3 | 43.03.02 | Туризм от 8 июня 2017 г. № 516 |
| 4 | 43.03.03 | Гостиничное дело от 8 июня 2017 г. N 515 |

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, определенных в соответствии с профессиональным стандартом «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»

| Обобщенные трудовые функции | | | Трудовые функции | | |
|-----------------------------|---|-------------------------|---|--------|---|
| код | наименование | уровень квалификации | наименование | код | уровень (подуровень) квалификации |
| А | Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 4 | Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта | А/01.4 | 4 |
| | | | Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем | А/02.4 | 4 |
| | | | Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | А/03.4 | 4 |
| В | Проведение подготовительных работ для контекстно- | 4 | Составление контекстно-медийного плана продвижения | В/01.4 | 4 |
| | | | Размещение контекстно- | В/02.4 | 4 |

| | | | | | |
|---|---|---|--|--------|---|
| | медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | медийных объявлений в системах интернет-рекламы | | |
| | | | Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт | В/03.4 | 4 |
| С | Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 4 | Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта | С/01.4 | 4 |
| | | | Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | С/02.4 | 4 |
| | | | Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | С/03.4 | 4 |
| D | Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 5 | Проведение аудита веб-сайта | D/01.5 | 5 |
| | | | Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | D/02.5 | 5 |
| | | | Разработка стратегии поискового продвижения | D/03.5 | 5 |
| | | | Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта | D/04.5 | 5 |
| | | | Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализ поведения посетителей веб-сайта | D/05.5 | 5 |
| | | | Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | D/06.5 | 5 |
| | | | | | |
| E | Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной | 5 | Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов | E/01.5 | 5 |
| | | | Разработка стратегии проведения контекстно- | E/02.5 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|--------|---|
| | сети "Интернет" | | медийной кампании | | |
| | | | Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | E/03.5 | 5 |
| | | | Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | E/04.5 | 5 |
| F | Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 5 | Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | F/01.5 | 5 |
| | | | Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация | F/02.5 | 5 |
| | | | Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | F/03.5 | 5 |
| | | | Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | F/04.5 | 5 |
| G | Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 5 | Проведение аналитических работ по изучению конкурентов | G/01.5 | 5 |
| | | | Разработка стратегии продвижения в социальных медиа | G/02.5 | 5 |
| | | | Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа | G/03.5 | 5 |
| | | | Привлечение пользователей в интернет-сообщество | G/04.5 | 5 |
| | | | Проведение рекламных кампаний в социальных медиа | G/05.5 | 5 |
| | | | Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в | G/06.5 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|--|--------|---|
| | | | информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | |
| Н | Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 6 | Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Н/01.6 | 6 |
| | | | Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Н/02.6 | 6 |
| | | | Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Н/03.6 | 6 |
| И | Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 6 | Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | I/01.6 | 6 |
| | | | Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | I/02.6 | 6 |
| | | | Анализ трафика на веб-сайт | I/03.6 | 6 |
| J | Управление реализацией стратегии интернет-продвижения | 6 | Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | J/01.6 | 6 |
| | | | Организация и проведение электронных рассылок | J/02.6 | 6 |
| | | | Корректировка стратегии продвижения | J/03.6 | 6 |
| | | | Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | J/04.6 | 6 |
| К | Стратегическое планирование интернет-кампаний | 7 | Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | K/01.7 | 7 |
| | | | Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения | K/02.7 | 7 |

| | | | | | |
|---|---|---|--|--------|---|
| | | | проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | |
| | | | Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | К/03.7 | 7 |
| | | | Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | К/04.7 | 7 |
| | | | Контроль реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | К/05.7 | 7 |
| | | | Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | К/06.7 | 7 |
| L | Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга | 7 | Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу | L/01.7 | 7 |
| | | | Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу | L/02.7 | 7 |
| | | | Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы | L/03.7 | 7 |

Планируемые результаты обучения по дополнительной профессиональной программе соответствуют выполняемым трудовым действиям, профессиональным стандартом «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | А | Уровень квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|---|
| Возможные наименования должностей, профессий | Младший специалист по поисковому продвижению Ассистент специалиста по поисковому продвижению |
|--|---|

| | |
|--|---------------------------|
| Требования к образованию и обучению | Среднее общее образование |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|-------|--|
| ОКЗ | 4312 | Служащие по обработке статистической, финансовой и страховой информации и ведению расчетов |
| ЕКС | - | Агент рекламный |
| ОКПДТР | 20032 | Агент рекламный |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта | Код | A/01.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта |
| | Расширение и изменение списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта |
| | Оценка подобранных словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике веб-сайта |
| Необходимые умения | Использовать программные средства и платформы для подбора и анализа ключевых слов и словосочетаний |
| | Анализировать полученный список ключевых слов и словосочетаний с точки зрения соответствия техническому заданию |
| | Оформлять список ключевых слов |
| Необходимые знания | Виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Программные средства и платформы для подбора ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования и аннотирования текстов |
| | Инструменты сбора и анализа поисковых запросов |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем | Код | A/02.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Размещение текстов на веб-сайте с учетом факторов внутренней поисковой оптимизации |
| | Оптимизация гипертекстовой разметки веб-сайта |
| | Оптимизация метаинформации страницы |
| Необходимые умения | Размещать текстовую и графическую информацию на страницах вебсайта |
| | Редактировать гипертекстовую разметку веб-сайта с использованием систем администрирования |
| | Проверять гипертекстовую разметку веб-сайта на соответствие отраслевым стандартам |
| | Работать с графическим редактором |
| | Работать с текстовым редактором |
| Необходимые знания | Основы гипертекстовой разметки |
| | Особенности работы систем управления веб-сайтами |
| | Особенности функционирования поисковых систем |
| | Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта |
| | Правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова страницы, описание страницы) |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | А/03.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Подбор площадок для размещения информации о продвигаемом веб-сайте |
| | Оценка подобранных площадок с точки зрения их соответствия тематике продвигаемого веб-сайта |
| | Размещение информации о продвигаемом веб-сайте на выбранных площадках |
| Необходимые умения | Анализировать ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для размещения информации о продвигаемом веб-сайте |
| | Выбирать разделы и места на страницах партнерских веб-сайтов для размещения информации о продвигаемом веб-сайте |
| | Составлять тексты, включающие ссылки на продвигаемый веб-сайт, для размещения на веб-сайтах партнеров |
| Необходимые знания | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Особенности функционирования поисковых систем |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила деловой переписки |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Основы копирайтинга и веб-райтинга |
| Другие характеристики | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | В | Уровень квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|---|
| Возможные наименования должностей, профессий | Младший специалист по контекстно-медийной рекламе Ассистент специалиста по контекстно-медийной рекламе |
|--|---|

| | |
|--|---------------------------|
| Требования к образованию и обучению | Среднее общее образование |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|-------|--|
| ОКЗ | 4312 | Служащие по обработке статистической, финансовой и страховой информации и ведению расчетов |
| ЕКС | - | Агент рекламный |
| ОКПДТР | 20032 | Агент рекламный |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление контекстно-медийного плана продвижения | Код | В/01.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|---|--|
| 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 | |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы | Код | В/02.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| 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 | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт | Код | В/03.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Оценка стоимости перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайты конкурентов |
| | Сравнение текущей стоимости перехода на рекламируемый веб-сайт с планируемой стоимостью перехода |
| | Изменение стоимости перехода на рекламируемый веб-сайт с рекламной площадки контекстно-медийной системы |
| Необходимые умения | Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы |
| | Использовать специальные профессиональные сервисы для оценки стоимости перехода |
| | Анализировать изменения стоимости клика по ссылке на рекламируемый веб-сайт во время проведения контекстно-медийной рекламной кампании |
| 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 |
| | Стратегии размещения рекламных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | С | Уровень квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|---|
| Возможные наименования должностей, профессий | Младший специалист по работе с социальными медиа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Ассистент специалиста по работе с социальными медиа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
|--|---|

| | |
|--|---------------------------|
| Требования к образованию и обучению | Среднее общее образование |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| | | |
|------------------------|-------|--|
| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
| ОКЗ | 4312 | Служащие по обработке статистической, финансовой и страховой информации и ведению расчетов |
| ЕКС | - | Агент рекламный |
| ОКПДТР | 20032 | Агент рекламный |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения вебсайта | Код | С/01.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и площадки в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Составление отчета об условиях размещения информации на подобранных площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые умения | Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа |
| | Анализировать тематику площадок в социальных медиа |
| | Оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках |
| Необходимые знания | Функционирование современных социальных медиа |
| | Аудитория различных социальных медиа |
| | Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории |
| | Особенности функционирования поисковых машин |
| | Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | С/02.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Размещение информационных сообщений на площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые умения | Использовать инструментарий современных социальных медиа |
| | Обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ |
| | Использовать профессиональные инструменты для проверки текстов |
| Необходимые знания | Функционирование современных социальных медиа |
| | Аудитория различных социальных медиа |
| | Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| Другие характеристики | Основы копирайтинга и веб-райтинга |
| | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | С/03.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании |
| | Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые умения | Использовать рекламные возможности современных социальных медиа |
| | Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа |
| | Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа |
| Необходимые знания | Функционирование современных социальных медиа |
| | Аудитория различных социальных медиа |
| | Рекламные возможности современных социальных медиа |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | D | Уровень квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|---|
| Возможные наименования должностей, профессий | Специалист по поисковому продвижению Специалист по поисковой оптимизации веб-сайтов Специалист по оптимизации и продвижению веб-сайтов в поисковых системах |
|--|---|

| | |
|--|---|
| Требования к образованию и обучению | Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | Не менее одного года практической работы в области продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|------------|--|
| ОКЗ | 3514 | Специалисты-техники по Web |
| ЕКС | - | Техник-программист |
| ОКПДТР | 27099 | Техник-программист |
| ОКСО | 2.09.02.05 | Прикладная информатика (по отраслям) |
| | 5.42.02.01 | Реклама |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|-----------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение аудита веб-сайта | Код | D/01.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|-----------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта |
| | Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта |
| | Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта |
| Необходимые умения | Использовать инструменты для проведения технического аудита |
| | Выявлять технические ошибки в работе веб-сайта |
| | Документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта |
| | Формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити) веб-сайта |
| | Выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов |
| | Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины |
| | Составлять отчеты по проведенному аудиту |
| Необходимые знания | Основы гипертекстовой разметки |
| | Стандарты верстки веб-сайтов |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Основы веб-дизайна |
| | Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин |
| | Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта |
| | Особенности функционирования современных поисковых машин |
| | Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта |
| | Правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова страницы, описание страницы) |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Основы копирайтинга и веб-райтинга |
| | Основы компьютерной грамотности |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | D/02.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Анализ поисковой выдачи |
| | Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи |
| | Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые умения | Определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче |
| | Составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи |
| | Актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины |
| Необходимые знания | Функционирование информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Основы оптимизации веб-сайта под требования современных поисковых машин |
| | Внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способы устранения ошибок |
| | Особенности функционирования современных поисковых машин |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Разработка стратегии поискового продвижения | Код | D/03.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Составление стратегии поискового продвижения |
| | Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении |
| | Согласование стратегии поискового продвижения с интернет-маркетологом |
| Необходимые умения | Составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин |
| | Анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта |
| | Анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию |
| Необходимые знания | Правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Особенности функционирования современных поисковых машин |
| | Особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| Другие характеристики | Основы компьютерной грамотности |
| | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта | Код | D/04.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|---------------------------------|---|
| Трудовые действия | Составление технических заданий для веб-программистов и веб-верстальщиков по внесению изменений в код веб-сайта |
| | Составление технических заданий для написания текстов, размещаемых на веб-сайте |
| | Оценка и корректировка выполненных заданий |
| Необходимые умения | Составлять технические задания для веб-программистов, веб-верстальщиков и других специалистов |
| | Составлять технические задания для составителей текстов |
| | Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию |
| | Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов |
| Необходимые знания | Особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Основы веб-дизайна |
| | Основы веб-технологии |
| | Правила создания и корректировки текстовых материалов для веб-сайта (правила веб-райтинга) |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Основы копирайтинга |
| Основы компьютерной грамотности | |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализ поведения посетителей веб-сайта | Код | D/05.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Анализ поведения посетителей веб-сайта |
| | Составление заданий на внесение изменений в веб-сайт с целью улучшения поведенческих факторов |
| | Анализ внешних факторов, влияющих на популярность веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые умения | Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения посетителей веб-сайта |
| | Оценивать поведение посетителей продвигаемого веб-сайта |
| | Использовать профессиональные инструменты для анализа поведения пользователей в поисковой выдаче |
| Необходимые знания | Функционирование информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Особенности написания текстов, соответствующих требованиям поисковых машин |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Правила и методы написания конверсионных текстов |
| | Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использующих различные устройства для выхода в сеть |
| | Показатели популярности веб-сайтов, используемые поисковыми машинами для индексации веб-ресурсов |
| | Правила расстановки ссылок между страницами оптимизируемого веб-сайта |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | D/06.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Сбор статистических и аналитических данных |
| | Составление отчетов по результатам работы |
| | Оформление отчетов для представления их владельцу веб-сайта |
| Необходимые умения | Анализировать поисковый трафик на веб-сайт |
| | Рассчитывать показатели конверсии трафика |
| | Анализировать качественные и количественные характеристики трафика на веб-сайт |
| Необходимые знания | Основы веб-аналитики |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Основы письменной деловой коммуникации |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Е | Уровень квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|------------------------------------|--|
| Возможные наименования должностей, | Менеджер по ведению контекстно-медийной рекламы Менеджер по контекстной рекламе |
|------------------------------------|--|

| | |
|--|---|
| профессий | |
| Требования к образованию и обучению | Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | Не менее одного года практической работы в области продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|------------|--|
| ОКЗ | 3514 | Специалисты-техники по Web |
| ЕКС | - | Техник-программист |
| ОКПДТР | 27099 | Техник-программист |
| ОКСО | 2.09.02.05 | Прикладная информатика (по отраслям) |
| | 5.42.02.01 | Реклама |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов | Код | Е/01.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| | | | | | |

| | |
|--------------------|---|
| Трудовые действия | Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) веб-сайта и действующих контекстно-медийных кампаний по продвижению веб-сайта |
| | Анализ готовности веб-сайта к контекстно-медийным кампаниям и составление аналитической записки |
| | Анализ веб-сайтов и рекламных кампаний конкурентов в системах контекстно-медийной рекламы |
| Необходимые умения | Использовать инструменты для проведения технического аудита |
| | Выявлять технические ошибки в работе веб-сайта |
| | Документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта |
| | Формулировать предложения по исправлению выявленных |

| | |
|-----------------------|---|
| | технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити) веб-сайта |
| | Выявлять маркетинговые преимущества веб-сайтов конкурентов |
| | Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на конверсию |
| | Составлять отчеты по проведенному аудиту |
| Необходимые знания | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Основы веб-технологии |
| | Основы веб-дизайна |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Методы обработки текстовой информации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Основы письменной деловой коммуникации |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании | Код | Е/02.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--------------------|---|
| Трудовые действия | Подбор площадок для размещения объявлений |
| | Разработка стратегии мотивации пользователей для возвращения на веб-сайт |
| | Подбор времени показа объявлений |
| | Подбор территории показа объявлений |
| Необходимые умения | Выбирать необходимые для реализации стратегии площадки размещения контекстно-медийных объявлений |
| | Составлять стратегии возвращения пользователей на веб-сайт |
| | Определять время показа объявлений |
| | Определять территорию показа объявлений |
| Необходимые знания | Основы рекламы |
| | Основы маркетинга |
| | Особенности функционирования современных систем контекстно-медийной рекламы |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Особенности поведения пользователей информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в зависимости от |

| | |
|-----------------------|--|
| | географического расположения и времени суток |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Е/03.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|---------------------------------|---|
| Трудовые действия | Составление технических заданий на внесение изменений в структуру и содержание веб-сайта |
| | Составление технических заданий по написанию и редактированию текстов для рекламируемых страниц веб-сайта |
| | Составление технических заданий дизайнеру по подготовке медийного контента для объявлений |
| Необходимые умения | Составлять технические задания для веб-программистов, вебверстальщиков и других специалистов |
| | Составлять технические задания для специалистов по написанию текстов |
| | Составлять технические задания на разработку медийного контента |
| | Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию |
| | Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов |
| Необходимые знания | Основы функционирования современных систем администрирования веб-сайтов |
| | Основы веб-технологии |
| | Правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта (правила веб-райтинга) |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой информации |
| | Основы копирайтинга |
| Основы компьютерной грамотности | |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Е/04.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы |
| | Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании |
| | Составление отчетов по результатам работы |
| Необходимые умения | Рассчитывать и интерпретировать количественные и качественные показатели эффективности контекстно-медийной рекламной кампании |
| | Анализировать трафик на веб-сайт |
| | Составлять аналитические записки по проведенной контекстно-медийной рекламной кампании |
| Необходимые знания | Основы веб-аналитики |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой информации |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Ф | Уровень квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|--|--|
| Возможные наименования должностей, профессий | Менеджер по работе с медийной рекламой Менеджер по работе с баннерной рекламой |
| Требования к образованию и обучению | Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | Не менее одного года практической работы в области поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|------------|--|
| ОКЗ | 3514 | Специалисты-техники по Web |
| ЕКС | - | Техник-программист |
| ОКПДТР | 27099 | Техник-программист |
| ОКСО | 2.09.02.05 | Прикладная информатика (по отраслям) |
| | 5.42.02.01 | Реклама |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | F/01.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|

| | |
|-------------------|--|
| Трудовые действия | Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) веб-сайта |
| | Анализ готовности веб-сайта к медийным кампаниям и составление аналитической записки |
| | Анализ веб-сайтов конкурентов, использующих медийную |

| | |
|-----------------------|--|
| | рекламу для своего продвижения |
| Необходимые умения | Использовать инструменты для проведения технического аудита |
| | Выявлять технические ошибки в работе веб-сайта |
| | Документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта |
| | Формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити) веб-сайта |
| | Выявлять маркетинговые преимущества веб-сайтов конкурентов |
| | Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на конверсию |
| | Составлять отчеты по проведенному аудиту |
| Необходимые знания | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Основы веб-технологии |
| | Основы веб-дизайна |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Методы обработки текстовой информации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Основы письменной деловой коммуникации |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация | Код | F/02.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|--------------------|---|
| Трудовые действия | Составление плана медиапродвижения |
| | Разработка стратегии таргетирования показа рекламных баннеров |
| | Подбор площадок для размещения медийной рекламы |
| | Размещение медийных баннеров на площадках |
| Необходимые умения | Выбирать площадки размещения медийной рекламы, необходимые для реализации стратегии |
| | Составлять стратегии возвращения пользователей на веб-сайт |
| | Выбирать площадки для баннеров и время показа, обосновывать свой выбор |
| Необходимые знания | Основы рекламы |
| | Основы маркетинга |
| | Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем |

| | |
|-----------------------|--|
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Типы и форматы информации, используемые в контекстно-медийных системах |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Особенности поведения пользователей информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в зависимости от географического расположения и времени суток |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | F/03.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|--------------------|---|
| Трудовые действия | Составление технических заданий на внесение изменений в структуру и содержание веб-сайта |
| | Составление технических заданий по составлению и редактированию текстов для рекламируемых страниц веб-сайта |
| | Составление технических заданий дизайнеру по подготовке медийного контента |
| Необходимые умения | Составлять технические задания для веб-программистов, веб-верстальщиков и других специалистов |
| | Составлять технические задания для специалистов по написанию текстов |
| | Составлять технические задания на разработку медийного контента |
| | Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию |
| | Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов |
| Необходимые знания | Особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов |
| | Основы веб-технологии |
| | Правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта (правила веб-райтинга) |

| | |
|-----------------------|---|
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Основы компьютерной грамотности |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | F/04.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем медийной рекламы |
| | Анализ показателей эффективности проведения медийной кампании |
| | Составление отчетов по результатам проведения медийной рекламной кампании |
| Необходимые умения | Рассчитывать и интерпретировать количественные и качественные показатели эффективности медийной рекламной кампании |
| | Анализировать трафик на веб-сайт |
| | Составлять аналитические записки по проведенной рекламной кампании |
| Необходимые знания | Основы веб-аналитики |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой информации |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | G | Уровень квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|---|
| Возможные наименования должностей, профессий | Менеджер по работе с социальными медиа Менеджер по работе с социальными сетями |
|--|---|

| | |
|--|---|
| Требования к образованию и обучению | Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена |
| Требования к опыту практической работы | Не менее одного практической работы в области поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|------------|--|
| ОКЗ | 3514 | Специалисты-техники по Web |
| ЕКС | - | Техник-программист |
| ОКПДТР | 27099 | Техник-программист |
| ОКСО | 2.09.02.05 | Прикладная информатика (по отраслям) |
| | 5.42.02.01 | Реклама |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение аналитических работ по изучению конкурентов | Код | G/01.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|---------------------------------|--|
| Трудовые действия | Анализ и мониторинг информационного поля бренда, личности, организации |
| | Поиск и анализ конкурирующих субъектов, присутствующих в социальных медиа |
| | Составление аналитической записки по проведенному анализу |
| Необходимые умения | Использовать специальные профессиональные программы и сервисы для измерения и анализа информационного поля |
| | Выявлять маркетинговые преимущества сетевых сообществ конкурентов |
| | Выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на конверсию |
| | Составлять отчеты по проведенному аудиту |
| Необходимые знания | Алгоритмы анализа информационного поля |
| | Основы управления репутацией |
| | Основы связей с общественностью |
| | Основы маркетинга |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой информации |
| Основы компьютерной грамотности | |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Разработка стратегии продвижения в социальных медиа | Код | G/02.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|---------------------------------|---|
| Трудовые действия | Выбор площадок в социальных медиа для продвижения веб-сайта |
| | Составления списка тем в предметной области веб-сайта для обсуждения посетителями площадок и членов интернет-сообществ в социальных медиа |
| | Составление примеров информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа |
| | Составление календарного плана информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа |
| | Составление календарного плана проведения мероприятий в социальных медиа |
| Необходимые умения | Использовать современное программное обеспечение для разработки календарных планов продвижения в социальных медиа |
| | Составлять тексты информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа |
| | Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа |
| Необходимые знания | Основы маркетинга |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Основы управления репутацией бренда, личности, организации |
| | Основы связей с общественностью |
| | Принципы функционирования современных социальных медиа |
| | Основы письменной коммуникации |
| | Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями |
| | Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с блогами и блогерами |
| | Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с интернет-форумами |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| Основы компьютерной грамотности | |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа | Код | G/03.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Составление технических заданий копирайтерам на подготовку текстовых материалов для размещения в социальных медиа |
| | Составление технических заданий дизайнерам на подготовку графических материалов для размещения в социальных медиа |
| | Разработка сценариев видеоматериалов для размещения в социальных медиа и составление технического задания на их съемку |
| Необходимые умения | Составлять технические задания для веб-программистов, вебверстальщиков и других специалистов |
| | Составлять технические задания для составителей текстов |
| | Составлять технические задания на разработку медийного контента |
| | Проверять результаты выполнения на соответствие выданному техническому заданию |
| | Формулировать замечания к результатам выполнения задания и контролировать устранение выявленных недочетов |
| | Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика |
| Необходимые знания | Особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов |
| | Правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта (правила веб-райтинга) |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Основы компьютерной грамотности |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Привлечение пользователей в интернет-сообщество | Код | G/04.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-------------------|--|
| Трудовые действия | Общение с представителями целевой аудитории с использованием цифровых методов связи |
| | Проведение конкурсов в социальных медиа |
| | Проведение опросов в социальных медиа |
| | Осуществление деятельности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", увеличивающей |

| | |
|-----------------------|---|
| | количество пользователей в интернет-сообществе |
| Необходимые умения | Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество |
| | Составлять планы проведения конкурсов и реализовывать их |
| | Составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их |
| Необходимые знания | Правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта (веб-райтинг) |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Основы маркетинга |
| | Основы связей с общественностью |
| | Основы копирайтинга |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Основы компьютерной грамотности |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение рекламных кампаний в социальных медиа | Код | G/05.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|--------------------|---|
| Трудовые действия | Подбор рекламных площадок в социальных медиа для заданного веб-сайта |
| | Составление медиаплана проведения рекламной кампании |
| | Разработка стратегии таргетирования показа рекламных объявлений |
| Необходимые умения | Обосновывать выбор рекламных площадок |
| | Сегментировать целевую аудиторию рекламной компании |
| | Искать в социальных медиа в соответствии с заданными критериями рекламные площадки и составлять их список |
| | Производить расчет бюджета на проведение рекламной кампании |
| Необходимые знания | Основы рекламы |
| | Основы маркетинга |
| | Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Особенности поведения пользователей современных социальных медиа в зависимости от географического |

| | |
|-----------------------|---|
| | расположения и времени суток |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | G/06.5 | Уровень (подуровень) квалификации | 5 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из социальных медиа |
| | Анализ показателей эффективности проведения мероприятий по продвижению в социальных медиа |
| | Составление отчетов по результатам работы с социальными медиа |
| Необходимые умения | Рассчитывать и интерпретировать количественные и качественные показатели эффективности социального продвижения |
| | Анализировать трафик на веб-сайт из социальных медиа |
| | Составлять аналитические записки по результатам продвижения в социальных медиа |
| Необходимые знания | Основы веб-аналитики |
| | Основы компьютерной грамотности |
| | Основы деловой коммуникации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой информации |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Н | Уровень квалификации | 6 |
|--------------|--|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|--|
| Возможные наименования должностей, профессий | Специалист по интернет-маркетингу Интернет-маркетолог |
|--|--|

| | |
|--|---|
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - бакалавриат |
| Требования к опыту практической работы | Не менее двух лет практической работы в области реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|------------|--|
| ОКЗ | 2431 | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| ЕКС | - | Специалист по маркетингу |
| ОКПДТР | 26585 | Специалист по маркетингу |
| ОКСО | 2.09.03.02 | Информационные системы и технологии |
| | 5.42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| | 5.42.03.05 | Медиакоммуникации |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Н/01.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Проведение исследований веб-сайтов конкурентов |
| | Проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения |
| | Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов |
| Необходимые умения | Проводить аудит веб-сайтов конкурентов |
| | Составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям |
| | Применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые знания | Основы маркетинговых исследований |
| | Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин |
| | Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта |
| | Правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы) |
| | Психология цвета |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| Другие характеристики | - |
| | Методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Н/02.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Исследование поведения посетителей веб-сайта |
| | Выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов |
| | Составление аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах |
| Необходимые умения | Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта |
| | Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта |
| | Составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа |
| Необходимые знания | Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Основы потребительского поведения |
| | Актуальная на момент исследования аналитическая информация по демографии |
| | Основные поведенческие факторы |
| | Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | Н/03.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Анализ тенденции изменения спроса |
| | Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин |
| Необходимые умения | Использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса |
| | Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые знания | Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Алгоритмы формирования потребительского спроса |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | I | Уровень квалификации | 6 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|--|
| Возможные наименования должностей, профессий | Специалист по интернет-маркетингу Интернет-маркетолог |
|--|--|

| | |
|--|---|
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - бакалавриат |
| Требования к опыту практической работы | Не менее двух лет практической работы в области реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |

| | |
|---------------------------------|---|
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|------------|--|
| ОКЗ | 2431 | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| ЕКС | - | Специалист по маркетингу |
| ОКПДТР | 26585 | Специалист по маркетингу |
| ОКСО | 2.09.03.02 | Информационные системы и технологии |
| | 5.42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| | 5.42.03.05 | Медиакоммуникации |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | I/01.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Займствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|--------------------|--|
| Трудовые действия | Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Необходимые умения | Составлять систему показателей эффективности продвижения |
| | Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации |
| | Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке |
| Необходимые знания | Основы предпринимательской деятельности |
| | Основы маркетинга |
| | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) |
| | Основы бюджетирования маркетинговой деятельности |
| | Система инструментов интернет-маркетинга |
| | Проектирование веб-сайтов |

| | |
|-----------------------|---|
| | Основы веб-дизайна |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем |
| | Особенности функционирования современных социальных медиа |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | I/02.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком |
| | Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Распределение бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения |
| Необходимые умения | Обосновывать свою точку зрения |
| | Проводить переговоры |
| | Составлять аналитические записки |
| | Использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета |
| Необходимые знания | Принципы и методы проведения деловых переговоров |
| | Основы эффективной коммуникации |
| | Современные правила и стандарты составления технической документации |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|----------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Анализ трафика на веб-сайт | Код | I/03.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|----------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт |
| | Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт |
| | Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт |
| Необходимые умения | Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт |
| | Составлять документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт |
| | Составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика |
| Необходимые знания | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) |
| | Особенности функционирования современных веб-аналитических систем |
| | Основы потребительского поведения |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Управление реализацией стратегии интернет-продвижения | Код | J | Уровень квалификации | 6 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|------------------------------------|--|
| Возможные наименования должностей, | Специалист по интернет-маркетингу Интернет-маркетолог |
|------------------------------------|--|

| | |
|--|---|
| профессий | |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - бакалавриат |
| Требования к опыту практической работы | Не менее двух лет практической работы в области реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|------------------------|------------|--|
| ОКЗ | 2431 | Специалисты по рекламе и маркетингу |
| ЕКС | - | Специалист по маркетингу |
| ОКПДТР | 26585 | Специалист по маркетингу |
| ОКСО | 2.09.03.02 | Информационные системы и технологии |
| | 5.42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| | 5.42.03.05 | Медиакоммуникации |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | J/01.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| | | | | | |

| | |
|-------------------|---|
| Трудовые действия | Составление технических заданий на установку кодов счетчиков вебаналитики на веб-сайт |
| | Составление заданий специалистам на реализацию стратегии продвижения |
| | Контроль реализации стратегии специалистами |
| | Контроль показателей эффективности продвижения, |

| | |
|-----------------------|---|
| | согласованных с заказчиком |
| Необходимые умения | Распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Взаимодействовать с участниками работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Проверять результаты выполнения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и контролировать их соответствие выданному заданию |
| Необходимые знания | Особенности оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин |
| | Особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем |
| | Особенности функционирования современных медийных площадок |
| | Особенности функционирования социальных медиа |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Основы функционирования основных систем управления веб-сайтами |
| | Особенности функционирования современных веб-аналитических систем |
| | Основы эффективной коммуникации |
| | Основы менеджмента |
| | Основы управления командной деятельностью |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Организация и проведение электронных рассылок | Код | J/02.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-------------------|--|
| Трудовые действия | Составление плана электронных рассылок |
| | Подбор площадки для проведения почтовой рассылки |
| | Составление технического задания на подготовку текста почтовой рассылки |
| | Организация работ по рассылке электронных писем: составление письма, корректировка письма, выбор программы для рассылки, сбор контактов для рассылки, рассылка, сбор результатов по доставленным письмам |
| | Анализ показателей эффективности электронной рассылки |

| | |
|--------------------------------|--|
| Необходимые умения | Использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок |
| | Разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках |
| | Составлять алгоритмы анализа эффективности проводимых рассылок |
| Необходимые знания | Принципы и правила копирайтинга и веб-райтинга |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Особенности организации и проведения электронных рассылок |
| | Программы и сервисы проведения электронных рассылок |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой информации |
| Основы письменной коммуникации | |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|-------------------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Корректировка стратегии продвижения | Код | J/03.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|-------------------------------------|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Займствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|--------------------|--|
| Трудовые действия | Оперативный сбор информации о результатах реализации стратегии продвижения |
| | Выявление расхождений между текущими и планируемыми показателями продвижения |
| | Выявление причин расхождений между текущими и планируемыми показателями продвижения |
| | Внесение изменений в стратегию продвижения |
| Необходимые умения | Определять критерии качества и сравнивать результат реализации стратегии продвижения с планируемым |
| | Выявлять причины расхождений планируемого и реального результатов |
| | Анализировать исходные данные |
| Необходимые знания | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) |
| | Основы предпринимательской деятельности |
| | Основы маркетинга |
| | Основы бюджетирования маркетинговой деятельности |

| | |
|-----------------------|---|
| | Система инструментов интернет-маркетинга |
| | Принципы проектирования веб-сайтов |
| | Основы веб-дизайна |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем |
| | Особенности функционирования современных социальных медиа |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | J/04.6 | Уровень (подуровень) квалификации | 6 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Проведение анализа результатов реализации стратегии продвижения |
| | Составление аналитической записки по результатам реализации стратегии продвижения |
| | Составление рекомендаций по реализации стратегии продвижения в последующие периоды времени |
| Необходимые умения | Анализировать результаты реализации стратегии продвижения |
| | Планировать действия по оптимизации реализации стратегии в будущем |
| | Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика |
| Необходимые знания | Методы и правила проведения деловых переговоров |
| | Основы эффективной устной и письменной коммуникации |
| | Правила и стандарты составления технической документации |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Стратегическое планирование интернет-кампаний | Код | К | Уровень квалификации | 7 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|--|
| Возможные наименования должностей, профессий | Старший специалист по интернет-маркетингу Ведущий интернет-маркетолог |
|--|--|

| | |
|--|--|
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - магистратура или специалитет |
| Требования к опыту практической работы | Не менее двух лет практической работы в области проведения исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области управления реализацией стратегии интернет-продвижения |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|--|------------|--|
| ОКЗ | 1221 | Руководители служб по сбыту и маркетингу |
| ЕКС | - | Начальник отдела маркетинга |
| | - | Директор (начальник) учреждения (организации) |
| ОКПДТР | 24698 | Начальник отдела (по маркетингу и сбыту продукции) |
| КонсультантПлюс: примечание. В официальном тексте документа, видимо, допущена опечатка: имеется в виду код 24699, а не код 24698. | | |
| | 24698 | Начальник отдела (рекламно-информационного) |
| ОКСО | 2.09.04.02 | Информационные системы и технологии |
| | 5.42.04.01 | Реклама и связи с общественностью |
| | 5.42.04.05 | Медиакоммуникации |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | К/01.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов |
| | Определение целей продвижения |
| | Согласование договора на реализацию стратегии продвижения |
| Необходимые умения | Анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования |
| | Разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика |
| | Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию |
| | Проводить переговоры |
| Необходимые знания | Основы предпринимательской деятельности |
| | Основы маркетинга |
| | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) |
| | Основы эффективной устной и письменной коммуникации |
| | Основы анализа хозяйственной деятельности |
| | Методы проведения деловых переговоров |
| | Основы гражданского права |
| | Основы налогообложения |
| | Основы поисковой оптимизации |
| | Основы работы с социальными медиа |
| | Основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний |
| | Основы баннерной рекламы |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | К/02.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|--|
| Трудовые действия | Составление системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта |
| | Разработка этапов реализации стратегии продвижения |
| | Определение соответствия между этапами реализации стратегии продвижения и системой показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта |
| | Определение базовых значений для каждого показателя системы |
| | Планирование результатов реализации стратегии продвижения |
| Необходимые умения | Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика по вопросам реализации проекта |
| | Планировать работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии |
| | Распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения |
| | Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию |
| Необходимые знания | Основы менеджмента |
| | Управление проектами |
| | Анализ хозяйственной деятельности |
| | Основы предпринимательской деятельности |
| | Основы маркетинга |
| | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) |
| | Основы бюджетирования маркетинговой деятельности |
| Система инструментов интернет-маркетинга | |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | К/03.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|---|--|
| Трудовые действия | Составление заданий для формирования договоров на продвижение |
| | Анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Корректировка деятельности сотрудников |
| | Определение ключевых показателей эффективности продвижения |
| Необходимые умения | Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика |
| | Планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии |
| | Распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения |
| | Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию |
| Необходимые знания | Основы менеджмента |
| | Методы управления проектами |
| | Функционирование поисковых машин |
| | Основы предпринимательской деятельности |
| | Основы маркетинга |
| | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) |
| | Основы бюджетирования маркетинговой деятельности |
| | Система инструментов интернет-маркетинга |
| | Принципы проектирования веб-сайтов |
| | Основы веб-дизайна |
| | Основы гипертекстовой разметки |
| | Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин |
| | Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| | Особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем |
| Особенности функционирования современных социальных медиа | |

| | |
|-----------------------|---|
| Другие характеристики | - |
|-----------------------|---|

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | К/04.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Оценка финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения |
| | Определение основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения |
| | Обоснование расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения |
| Необходимые умения | Бюджетировать реализацию стратегии продвижения |
| | Обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения |
| | Вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика |
| Необходимые знания | Основы менеджмента |
| | Управление проектами |
| | Функционирование поисковых машин |
| | Основы предпринимательской деятельности |
| | Основы маркетинга |
| | Основы бюджетирования маркетинговой деятельности |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | К/05.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | | | | | |
|-----------------------|--|--|--|--|-----------|
| | | | | | стандарта |
| Трудовые действия | Выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения | | | | |
| | Определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения | | | | |
| | Внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений | | | | |
| Необходимые умения | Взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта | | | | |
| | Планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | | |
| | Выдавать задания по реализации стратегии продвижения | | | | |
| | Контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | | |
| Необходимые знания | Основы менеджмента | | | | |
| | Управление проектами | | | | |
| | Управление персоналом | | | | |
| | Основы предпринимательской деятельности | | | | |
| | Основы маркетинга | | | | |
| | Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) | | | | |
| | Система инструментов интернет-маркетинга | | | | |
| Другие характеристики | - | | | | |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Код | К/06.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | | | | | |
|-------------------|---|--|--|--|--|
| Трудовые действия | Составление отчетов о реализации стратегии продвижения проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | | |
| | Согласование отчетов для заказчика | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| | Корректировка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" совместно с заказчиком |
| Необходимые умения | Проводить презентации |
| | Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика |
| | Проводить переговоры |
| Необходимые знания | Методы проведения деловых переговоров |
| | Основы и правила проведения эффективных презентаций |
| | Современные правила и стандарты составления технической документации |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | Основы деловой коммуникации |
| Другие характеристики | - |

Обобщенная трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|
| Наименование | Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга | Код | L | Уровень квалификации | 7 |
|--------------|---|-----|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|---|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |

| | |
|--|--|
| Возможные наименования должностей, профессий | Старший специалист по интернет-маркетингу Ведущий интернет-маркетолог |
|--|--|

| | |
|--|--|
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование - магистратура или специалитет |
| Требования к опыту практической работы | Не менее двух лет практической работы в области проведения исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области управления реализацией стратегии интернет-продвижения |
| Особые условия допуска к работе | - |
| Другие характеристики | - |

Дополнительные характеристики

| Наименование документа | Код | Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности |
|--|------------|--|
| ОКЗ | 1221 | Руководители служб по сбыту и маркетингу |
| ЕКС | - | Начальник отдела маркетинга |
| | - | Директор (начальник) учреждения (организации) |
| ОКПДТР | 24698 | Начальник отдела (по маркетингу и сбыту продукции) |
| КонсультантПлюс: примечание. В официальном тексте документа, видимо, допущена опечатка: имеется в виду код 24699, а не код 24698. | | |
| | 24698 | Начальник отдела (рекламно-информационного) |
| ОКСО | 2.09.04.02 | Информационные системы и технологии |
| | 5.42.04.01 | Реклама и связи с общественностью |
| | 5.42.04.05 | Медиакоммуникации |

Трудовая функция

| Наименование | Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу | Код | L/01.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| | | | | | |

| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| Трудовые действия | Анализ конъюнктуры рынка рабочей силы |
| | Разработка и внедрение системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу |
| | Разработка и внедрение системы материального и нематериального стимулирования работы сотрудников подразделения интернет-маркетинга |
| Необходимые умения | Анализировать и систематизировать информацию из различных источников |
| | Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения) |
| | Мотивировать персонал |
| | Проводить переговоры |
| Необходимые знания | Основы менеджмента |
| | Управление персоналом |
| | Основы налогообложения |
| | Основы права |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу | Код | L/02.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| Трудовые действия | Разработка организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу |
| | Составление требований к кандидатам, претендующим на работу в подразделении интернет-маркетинга |
| Необходимые умения | Анализировать и систематизировать информацию из различных источников |
| | Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения) |
| | Распределять профессиональные задачи по сотрудникам |
| | Проводить переговоры |
| Необходимые знания | Основы менеджмента |
| | Управление персоналом |
| | Основы налогообложения |
| | Основы права |
| Другие характеристики | - |

Трудовая функция

| | | | | | |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|
| Наименование | Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы | Код | L/03.7 | Уровень (подуровень) квалификации | 7 |
|--------------|--|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| Происхождение трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано из оригинала | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| | | | | | |

| | |
|-------------------|--|
| Трудовые действия | Формирование у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации |
| | Определение степени занятости сотрудников |
| | Создание комфортных условий для работы сотрудников подразделения |
| | Контроль выполняемой работы |
| | Разработка и реализация систем материальной и |

| | |
|-----------------------|---|
| | нематериальной мотивации работы сотрудников |
| Необходимые умения | Осуществлять коммуникацию с коллегами и подчиненными |
| | Анализировать поступающую информацию о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| | Мотивировать персонал |
| | Проводить переговоры |
| Необходимые знания | Основы менеджмента |
| | Управление персоналом |
| | Основы налогообложения |
| | Основы права |
| Другие характеристики | - |

1. 2. Перечень планируемых результатов обучения по программе профессиональной переподготовки «Менеджмент сайта в Интернет»

- Цель программы – формирование (совершенствование) профессиональных компетенций слушателей поинтернет-маркетингу в области менеджмента туризма и гостеприимства; компетенции определены в соответствии с ФГОС ВО по направлениям 38.03.02 Менеджмент, 43.03.02 Туризм и 43.03.03 Гостиничное дело.

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКОВ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

| Наименование категории (группы) универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций | Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения |
|--|---|--|---|
| Разработка и реализация проектов | УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели. УК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения поставленных задач на основе действующих правовых норм. УК-2.3. Ставит цель и решает поставленные задачи исходя из имеющихся ресурсов и ограничений | Знает действующие правовые нормы; имеет представление о влиянии ограничений и имеющихся ресурсов на оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели; Умеет действовать в рамках правовых норм на основе использования имеющихся ресурсов и ограничений с целью нахождения оптимальных способов решения поставленных задач; Владеет технологией разработки и реализации проекта, оптимальными способами решения |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | | | поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; |
| Системное и критическое мышление | УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации. УК-1.2. Применяет методы критического анализа и синтеза при работе информацией. УК-1.3. Использует системный подход для решения поставленных задач | Знает технологии поиска информации, методы критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода в решении поставленных задач Умеет обобщать полученную в процессе поиска информацию с использованием методов критического анализа и синтеза, применять принципы системного подхода для решения поставленных задач Владеет технологией информационного поиска, работы с информационными источниками; способен к критическому анализу и синтезу поступающей информации; владеет навыками применения системного подхода в решении поставленных задач |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК-9.1 Анализирует экономические показатели деятельности организации в избранной сфере деятельности УК-9.2 Принимает обоснованные экономические решения в деятельности туристской организации | Знает основные показатели экономической деятельности организации в избранной сфере деятельности, особенности макро- и микросреды; Умеет анализировать экономическую ситуацию на рынке и внутри организации в избранной сфере деятельности; Владеет навыками принятия обоснованных экономических решений в деятельности организации в избранной сфере деятельности |

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКОВ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

| Категория общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции | Результаты обучения |
|--|--|--|--|
| Информационные и коммуникационные технологии для профессиональной деятельности | ОПК-8. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ОПК-8.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий ОПК-8.2 Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности | Знает основные принципы работы современных информационных технологий профессиональной деятельности; Умеет использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности Владеет навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности |
| Технологии | ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания | ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания. ОПК-1.2 Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства и общественного питания. | Знает профессиональные стандарты обслуживания, роль технологии и организации обслуживания в предпринимательской деятельности гостиничных предприятий и предприятий питания, термины, категории и объекты гостеприимства и составляющие элементы обслуживания в сфере гостеприимства, особенности обслуживания и организации питания туристов на предприятиях питания различных типов, технологические новации и современные программные продукты, отечественный и зарубежный опыт в области технологии и организации обслуживания в гостиничных комплексах. Умеет применять, адаптировать и развивать |

| | | | |
|-----------|---|--|--|
| | | | <p>современные технологии обслуживания, технологические новации и специализированные программные продукты, организовывать и контролировать процессы обслуживания, применять на практике принципы, методы, модели, технологии и организации обслуживания в предприятиях общественного питания. Владеет навыками применения стандартов обслуживания в гостиничной деятельности и современным программным обеспечением в туристской деятельности, методами нахождения наиболее выгодных условий предоставления качественных услуг, навыками внедрения и использования основных правил предоставления услуг и методов анализа на производстве.</p> |
| Маркетинг | <p>ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> | <p>ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов в сфере гостеприимства и общественного питания ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта услуг в сфере гостеприимства и общественного питания, а также их продвижение</p> | <p>Знает методы маркетинговых исследований и мониторинга рынка, технологии продвижения и продаж услуг сферы гостеприимства и общественного питания, современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж. Умеет осуществлять маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью эффективного ценообразования, обоснования, разработки и продвижения услуг сферы гостеприимства и общественного питания. Владеет навыками формирования каналов сбыта услуг сферы</p> |

| | | | |
|-----------|---|---|---|
| | | | гостеприимства и общественного питания, продвижения услуг сферы гостеприимства и общественного питания посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения. |
| Экономика | ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности | ОПК-5.1 Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. ОПК-5.2 Принимает экономически обоснованные управленческие | Знает основы производственно-экономических показателей деятельности предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Умеет определять, анализировать, оценивать основные производственные экономические показатели предприятий сферы гостеприимства и общественного питания с целью обеспечения экономической |
| Право | ОПК-6. Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности | ОПК-6.1 Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; ОПК-6.2 Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг и услуг предприятий общественного питания. ОПК-6.3 Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями. | Знает основные положения нормативно-правовой документации для осуществления профессиональной деятельности, нормы конституционного, административного, международного, экологического, уголовного, гражданского, семейного, трудового права. Умеет осуществлять поиск и применять действия нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области; Владеет навыками применения норм права при выполнении должностных обязанностей в сфере профессиональной деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания, документооборота в соответствии с нормативными |

| | | | |
|------------|--|---|---|
| Управление | ОПК-2. Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания | ОПК-2.1 Определяет цели и задачи управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания. ОПК-2.2 Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания. ОПК-2.3 Осуществляет контроль деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания | требованиями. Знает основы организации и планирования деятельностью предприятия сферы гостеприимства и общественного питания, виды управленческих решений и методы их разработки, отечественный и международный опыт управления структурными подразделениями объектов сферы гостеприимства и общественного питания. Умеет определять цели и задачи управления предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, применять методы разработки управленческих решений, использовать в практической деятельности современные принципы распределения функций и организации работы структурного подразделения предприятия сферы гостеприимства и общественного питания; обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями объектов сферы гостеприимства и общественного питания. Владеет навыками разработки и реализации управленческих решений, производственных программ и стратегий на предприятии сферы гостеприимства и общественного питания, навыками мотивации и координации |
|------------|--|---|---|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов сферы гостеприимства и общественного питания, осуществления мониторинга и контроля структурных подразделений и отдельных сотрудников |
|--|--|--|--|

1.3. Планируемые результаты обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ООП, и содержанием дисциплины (модуля):

| Компетенции | | Содержание компетенции (в результате изучения дисциплины студент должен) | | |
|-------------|---|--|--|--|
| Индекс | Название | знать | уметь | владеть |
| ПК-12 | умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) | - коммуникационные технологии в туризме - системы сбора информации в туризме - особенности расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации сферы туризма | - использовать коммуникационные технологии в туризме - использовать системы сбора информации в туризме - осуществлять расширение внешних связей и обмен опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации сферы туризма | - навыками использования коммуникационных технологий в туризме - навыками использования систем сбора информации в туризме - навыками осуществления расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации сферы туризма |

1.4. Категория обучающихся: к освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее профессиональное образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования диплом о профессиональной переподготовке выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании и о квалификации.

Направление подготовки – «Туризм», «Гостиничное дело», «Менеджмент».

Область профессиональной деятельности – «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ».

1.5. Форма обучения: заочная форма с использованием электронного обучения и дистанционных технологий

1.6. Срок обучения: 17 недель

1.7. Трудоемкость программы: 398 час.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**2.1. Учебный план**

| № п/п | Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), вида аттестации | Электрон. обучение, дистанц. технологии | Формы аттестации и контроля | Трудоемкость (зач. ед.) |
|-------|---|---|--------------------------------------|-------------------------|
| 1 | Менеджмент сайта в Интернет | 72 | Промежуточное тестирование (экзамен) | 2 |
| 2 | Реклама объекта туризма и гостеприимства в Интернет | 72 | Промежуточное тестирование (экзамен) | 2 |
| 3 | Управление продажами в Интернет. Продвижение контента туризма и гостеприимства в поисковых системах (SEO) и социальных сетях (инстаграм). E-mail маркетинг. | 36 | Промежуточное тестирование (зачет) | 1 |
| 4 | Ценообразование размещения объекта туризма и гостеприимства в Интернет. Критические показатели. | 36 | Промежуточное тестирование (зачет) | 1 |
| 5 | Планирование бюджета размещения объекта туризма и гостеприимства в Интернет | 36 | Промежуточное тестирование (зачет) | 1 |
| 6 | Целевая аудитория туризма и гостеприимства в Интернет | 36 | Промежуточное тестирование (зачет) | 1 |
| 7 | Нормативно-правовая документация и регламенты размещения пользовательского контента в Интернет | 36 | Промежуточное тестирование (зачет) | 1 |
| 8 | Технология работы с системами PMS и CRM в Интернет | 36 | Промежуточное тестирование (зачет) | 1 |
| 9 | Бизнес-тренинг по этике общения в Интернет. Обработка заявок. | 36 | Промежуточное тестирование (зачет) | 1 |
| | Итоговая аттестация – тест | 2 | Экзамен | 0 |
| | Итого | 398 | | 11 |

Календарный учебный график

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | Итоговая аттестация |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| раздел 1-21 день | раздел 22-42 день | раздел 43-53 день | раздел 54-64 день | раздел 65-75 день | раздел 76-86 день | раздел 87-97 день | раздел 98-108 день | раздел 109-118 день | 119 день |

Продолжительность программы может быть сокращена по желанию слушателя, но не более чем на 52 дня (из расчета трудоемкости 6 часов в день).

Продолжительность программы может быть увеличена по желанию слушателя. Ограничений не установлено.

2.2. Учебная программа

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|--|---|
| 1. | Менеджмент сайта в Интернет | Доменная организация Интернет Выбор хостинга для сайта Функциональность панелей |
| 2. | Реклама объекта туризма и гостеприимства в Интернет | Понятие электронной коммерции Анализ функциональных возможностей сайтов российских туристских фирм и их сравнительная характеристика Интернет как средство продвижения туристских и гостиничных услуг Использование возможностей Интернета для продвижения туристских дестинаций |
| 3. | Управление продажами в Интернет. Продвижение контента туризма и гостеприимства в поисковых системах (SEO) и социальных сетях (SMM). E-mail маркетинг. | Проекты продвижения туристского продукта (Sales-Promotion) Аутсорсинг туристских интернет-проектов Продвижение контента туризма и гостеприимства в поисковых системах (SEO) Продвижение контента туризма и гостеприимства в социальных сетях (SMM). E-mail маркетинг |
| 4. | Ценообразование размещения объекта туризма и гостеприимства в Интернет. Критические показатели. | Ключевые показатели результативности интернет-проектов Оценка затрат туристского AI-проекта Расчет и анализ эффективности AI-проектов |
| 5. | Планирование бюджета размещения объекта туризма и гостеприимства в Интернет | Понятие, виды и основные этапы планирования рекламной кампании Бриф Определение рекламной стратегии Формирование рекламного бюджета Выбор рекламных средств и носителей рекламы в интернете |
| 6. | Целевая аудитория туризма и гостеприимства в Интернет | Изучение представителей ЦА Открытые источники Бизнес(заказчик) Конкуренты |
| 7. | Нормативно-правовая документация и регламенты размещения пользовательского контента в Интернет | Нормативные правовые акты в сфере массовых коммуникаций Правила оказания рекламных услуг Проверка сайта на соответствие регламентным требованиям размещения объекта в Интернет |
| 8. | Технология работы с системами PMS и CRM в Интернет | Выбор PMS (Property Management System, отанг. «Система управления собственностью») Технология работы в системах управления гостиницей |

| | | |
|----|---|---|
| | | Выбор CRM (Customer Relationship Management) Технологии CRM |
| 9. | Бизнес-тренинг по этике общения в Интернет. Обработка заявок. | Этика общения с гостями в отеле Этика общения с гостем онлайн Этика работы с командой Обработка заявок на сайте объекта размещения |

РАЗДЕЛ 3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Текущая аттестация слушателей осуществляется по каждому разделу в виде компьютерного теста в системе КИС РМАТ, перечень вопросов содержится в отдельном документе «Фонд оценочных средств программы профессиональной переподготовки «Менеджмент объектов туризма и гостеприимства в Интернет».

Слушатель считается аттестованным, если он ответил правильно на более 50% вопросов.

Итоговая аттестация слушателей осуществляется в виде компьютерного теста в системе КИС РМАТ, перечень вопросов содержится в отдельном документе «Фонд оценочных средств программы профессиональной переподготовки «Менеджмент объектов туризма и гостеприимства в Интернет».

| Критерии оценки | Оценка |
|--|---------------------|
| % правильно выполненных заданий | |
| Выполнено до 25% заданий | неудовлетворительно |
| Выполнено от 26 до 50 % заданий | удовлетворительно |
| Выполнено от 51 до 75 % заданий | хорошо |
| Выполнено от 76 до 100 % заданий | отлично |

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Основная литература

1. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>
2. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>
3. УЧЕБНИК: Информационное обеспечение туризма / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.

Дополнительная литература

1. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие / С.М. Москалев. - Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>
2. Родигин Л.А., Наймарк К.В. Экономическая эффективность интернет-проектов в туризме (монография). М., Советский спорт, 2011. - 408 с.

3. [Родигин Л.А., Родигин Е.Л. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве. Учебное пособие. М.: Советский спорт, 2014. - 208 с.](#)

Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

А. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития;
2. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;
3. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации;
4. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
5. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных WebofScience;
6. **ScienceAlert** является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. ScienceAlert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;
7. **SciencePublishingGroup** электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

В. Ежегодно обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;
2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

С. Ежегодно обновляемый комплект лицензионного программного обеспечения

1. MicrosoftOffice. Интегрированный пакет прикладных программ;
2. MicrosoftWindows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

Д. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. Корпоративная информационная система «КИС».
3. БИЗНЕС-ТРЕНИНГ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ – URL: <http://www.родигин.рф/index.html>

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент к материально-техническому обеспечению.

Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: специальные помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения

занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (в т.ч. лаборатория «Учебный гостиничный номер (стандарт с двумя кроватями)»), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации хранятся в электронном виде на кафедре).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС РМАТ.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и ЭИОС РМАТ обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к ежегодно обновляемым современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Требования к кадровым условиям реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками РМАТ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников РМАТ отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональных стандартах.