

СЕРТИФИКАТ

№ 02DIGMARK-0119-4

дата выдачи: 15.07.2019 г.

подтверждает, что

Дворников Илья Евгеньевич

успешно освоил(а) курс

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

5 зачетных единиц

Описание освоенного курса и достигнутых результатов обучения приведено в приложении к настоящему сертификату.

Электронная версия сертификата:

<https://open.spbstu.ru/certificate/02DIGMARK-0119-4.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина

Дворников Илья Евгеньевич

Идентификационный номер: 1315181

САНКТ ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПЕТРА ВЕЛИКОГО
<http://www.spbstu.ru/>

КУРС: ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
<https://openedu.ru/course/spbstu/DIGMARK/>

Период освоения курса:
с 11 февраля по 30 июня 2019 г.

Оценка, количество часов и кредитов за курс:

Зачетные единицы	Часы		Оценка		
	Общие	Акад.	100-балльная	5-балльная	Прописью
5	135	180	69	3	удовл.

Шкала соответствия системы оценивания:

Шкала оценивания		
100-балльная	5-балльная	Прописью
90-100	5	отлично
70-89	4	хорошо
40-69	3	удовлетворительно
0-39	2	неудовлетворительно

ПРОГРАММА КУРСА:

Модуль 1. Цифровой и классический маркетинг: взаимоотношения, интеграция, перспективы

Тема 1. Классический и цифровой маркетинг

Тема 2. Выбор целевых сегментов и средств коммуникации

Модуль 2. Интернет как основная среда цифрового маркетинга

Тема 3. Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы

Тема 4. SEO

Тема 5. Контекстная реклама

Тема 6. E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг

Тема 7. Медийная (баннерная) реклама

Тема 8. Анализ данных и web аналитика

Модуль 3. Социальные сети

Тема 9. Контент маркетинг

Тема 10. Таргетированная реклама

Тема 11. Сарафанный маркетинг

Модуль 4. Off-line инструментарий цифрового маркетинга

Тема 12. Цифровая экономика

Тема 13. Off-line цифровая реклама

Модуль 5. Информационные системы цифрового маркетинга

Тема 14. CRM системы

Тема 15. BigData в маркетинге

Модуль 6. Итоговая аттестация

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ:

- знание и умение применять методы цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях,

НАПРАВЛЕННЫЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ:

- владение навыками анализа поведения потребителей, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на установление долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами;
- способность разрабатывать мероприятия маркетинговых коммуникаций в Интернете;
- способность оценивать влияние цифровой среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, конкурентной среды организации, рынков различных товаров и услуг,

СООТВЕТСТВУЮЩИХ ФГОС ВО СЛЕДУЮЩЕГО НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ:

38.00.00 Экономика и управление

39.00.00 Социология и социальная работа

42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

