

СЕРТИФИКАТ

№ 02DIGMARK-0218-10

дата выдачи: 01.02.2019 г.

подтверждает, что

Штыкова Наталья Артуровна

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:

<http://open.spbstu.ru/certificate/02DIGMARK-0218-10.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина

Штыкова Наталья Артуровна

Идентификационный номер: 714475

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 10 сентября 2018 г. по 31 января 2019 г.

Оценка, количество часов и кредитов за курс:

Зачетные единицы	Часы		Оценка		
	Общие	Акад.	100-балльная	5-балльная	Прописью
5	135	180	66	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:

- 📌 способность оценивать условия и последствия принимаемых
владение навыками анализа поведения потребителей, разработки и
осуществления стратегии организации, направленной на установление
долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами;
- 📌 способность разрабатывать мероприятия маркетинговых коммуникаций в
Интернет;
- 📌 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

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ (100-БАЛЛЬНАЯ)

№	Наименование оценивающего мероприятия	Набранный балл	Максимальный балл	Коэффициент
1	Промежуточный тест	72	100	0,30
2	Практическое задание	80	100	0,30
3	Экзаменационный тест	50	100	0,40
	Итоговая оценка	66	100	1

Приложение к сертификату №
02D16MARK-0218-10
дата выдачи: 01.02.2019 г.



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина