

СЕРТИФИКАТ

№ 02DIGMARK-0221-2-6

дата выдачи: 07.02.2022 г.

подтверждает, что

Шардина Мария Олеговна

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-0221-2-6.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина

Шардина Мария Олеговна

Идентификационный номер: 3057949

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 13 сентября 2021 г. по 23 января 2022 г.

Оценка, количество часов и зачетных единиц:

Зачетные единицы	Часы		Оценка		
	Общие	Акад.	100-балльная	5-балльная	Прописью
5	135	180	87	4	хорошо

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 СЛЕДУЮЩИХ НАПРАВЛЕНИЙ

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	93	100	0,30
2	Практическое задание	96	100	0,30
3	Экзаменационный тест	75	100	0,40
4	Итоговая оценка	87	100	1

Приложение к сертификату №
02DIGMARK-0221-2-6
дата выдачи: 07.02.2022 г.



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина