

СЕРТИФИКАТ

№ 02DIGMARK-0222-4-7

дата выдачи: 27.01.2023 г.

подтверждает, что

Ву За Чунг

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-0222-4-7.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина

Ву За Чунг

Идентификационный номер: 3079504

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 5 сентября 2022 г. по 15 января 2023 г.

Оценка, количество часов и зачетных единиц:

| Зачетные единицы | Часы | | Оценка | | |
|------------------|-------|-------|--------------|------------|----------|
| | Общие | Акад. | 100-балльная | 5-балльная | Прописью |
| 5 | 135 | 180 | 95 | 5 | отлично |

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 | 97 | 100 | 0,30 |
| 2 | Практическое задание | 98 | 100 | 0,30 |
| 3 | Экзаменационный тест | 90 | 100 | 0,40 |
| 4 | Итоговая оценка | 95 | 100 | 1 |

Приложение к сертификату №
02DIGMARK-0222-4-7
дата выдачи: 27.01.2023 г.



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина