

СЕРТИФИКАТ

№ 02DIGMARK-0224-6-5

дата выдачи: 27.12.2024 г.

подтверждает, что

Садыкова Лейсан Шакиряновна

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-0224-6-5.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Л. В. Панкова

Садыкова Лейсан Шакиряновна

Идентификационный номер: 4135344

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 14 октября 2024 г. по 17 декабря 2024 г.

Оценка, количество часов и зачетных единиц:

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

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. Введение в дисциплину

- Тема 1. Цифровой и классический маркетинг: взаимоотношения и развитие

Модуль 2. Маркетинговые исследования в цифровой среде

- Тема 2. Виды исследований в маркетинге
- Тема 3. Прикладные методы продуктовых исследований и CustDev
- Тема 4. Формирование целевых аудиторий в цифровом маркетинге

Модуль 3. Инструментарий цифрового маркетинга

- Тема 5. Разработка сайтов и мобильных приложений
- Тема 6. SEO
- Тема 7. Инструменты web-аналитики
- Тема 8. Контекстная реклама
- Тема 9. Медийная реклама
- Тема 10. Таргетированная реклама в VK Реклама и Telegram Ad Platform
- Тема 11. SMM и контент-маркетинг
- Тема 12. E-Commerce и продвижение на маркетплейсах
- Тема 13. Офлайн цифровой маркетинг
- Тема 14. Основы статистики
- Тема 15. Воронка продаж и юнит-экономика

Модуль 4. 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 НАПРАВЛЕНИЯХ

ПОДГОТОВКИ:

- 38.00.00 Экономика и управление

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ (100-БАЛЛЬНАЯ)

| № | Наименование оценивающего мероприятия | Набранный балл | Максимальный балл | Коэффициент |
|---|---------------------------------------|----------------|-------------------|-------------|
| 1 | Промежуточный тест | 91 | 100 | 0,30 |
| 2 | Практическое задание | 77 | 100 | 0,30 |
| 3 | Экзаменационный тест | 45 | 100 | 0,40 |
| 4 | Итоговая оценка | 69 | 100 | 1 |



Приложение к сертификату №
02DIGMARK-0224-6-5
дата выдачи: 27.12.2024 г.

проректор
по образовательной деятельности
Л. В. Панкова