

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета

Обсуждено и одобрено
на Ученом совете филиала

Протокол № 29
от «21» октября 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Ярославского филиала
Финуниверситета
В.А. Кваша
2025 г.



ПРОГРАММА
повышения квалификации

«Интернет маркетинг и веб-аналитика»

Ярославль – 2025

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Интернет маркетинг и веб-аналитика»

Цель реализации программы - формирование компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области применения современных технологий интернет-маркетинга, а также в овладении знаниями в области сбора и анализа маркетинговой информации в Интернете.

Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке ДПП:

В результате освоения программы повышения квалификации слушатель должен приобрести знания, умения, необходимые для качественного изменения следующих профессиональных компетенций, выделенных на основе профессионального стандарта «Маркетолог», (утверждён Приказом Минтруда России от 08.11.2023 № 790н, зарегистрирован Минюстом России 12.12.2023 № 76349).

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения:

- способность разрабатывать и реализовывать стратегию интернет-маркетинга (комплексную стратегию продвижения продуктов и услуг в Интернете, включая определение целей, целевой аудитории, каналов продвижения и ключевых показателей эффективности);
- способность управлять рекламными кампаниями (настраивать, запускать и оптимизировать рекламные кампании в различных онлайн-каналах с целью достижения заданных показателей);
- способность использовать методы контент-маркетинга (приобретение навыков создания и распространения качественного, релевантного и привлекательного контента для целевой аудитории);
- способность осуществлять SMM и управлять сообществами в социальных сетях (разрабатывать и реализовывать стратегии продвижения в социальных сетях, создавать и управлять сообществами, вовлекать аудиторию, отслеживать и анализировать результаты);
- способность использовать SEO и поисковую оптимизацию (умение проводить анализ ключевых слов, оптимизировать контент и структуру сайта для повышения позиций в поисковой выдаче);
- способность настраивать основные инструменты web-аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика) для сбора данных о посещаемости и поведении пользователей на сайте (создание аккаунтов, установка кодов отслеживания, настройка целей и событий);
- способность анализировать основные отчеты в системах web-аналитики для оценки эффективности сайта и маркетинговых кампаний

(анализ трафика (источники, каналы, география), анализ поведения пользователей (время на сайте, просмотры страниц, показатель отказов), анализ конверсий (достижение целей, оформление заказов) и выявление проблемных зон на сайте);

- способность формулировать гипотезы на основе данных веб-аналитики и проводить А/В-тестирование для улучшения показателей сайта: (определение проблемных зон на сайте, разработку гипотез по улучшению, создание вариантов А/В-тестов и анализ результатов для принятия решений об изменениях на сайте).

Планируемые результаты обучения по программе

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- основы анализа целевой аудитории и конкурентов;
- ключевые каналы интернет-маркетинга и их особенности;
- метрики эффективности в интернет-маркетинге;
- основы контент-маркетинга и SMM;
- принципы работы, платформы и инструменты Web-аналитики.

Уметь:

- проводить анализ целевой аудитории и конкурентов в Интернете;
- оптимизировать сайт для поисковых систем (базовая SEO-оптимизация);
- разрабатывать контент для социальных сетей и Интернет-сайтов;
- настраивать, запускать и управлять рекламными кампаниями в Google Ads или Яндекс.Директ;
- использовать инструменты web-аналитики для отслеживания результатов поведения посетителей сайтов.

Владеть:

Программа составлена в соответствии с профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08.11.2023 № 790н (действует с 01.09.2024) и соответствует следующим функциям:

Код А/01.6 уровень квалификации 6 «Подготовка к проведению маркетингового исследования»

Код А/02.6, уровень квалификации 6 «Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга»

Код В/01.7, уровень квалификации 7 «Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации»

Код В/04.7, уровень квалификации 7 «Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации»

Код С/01.8, уровень квалификации 8 «Формирование маркетинговой стратегии организации»