

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**
Институт образования

УТВЕРЖДАЮ

Директор по дополнительному
профессиональному образованию

Е.А. Коваль
« ____ » _____ 2018 г.
МП

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Успешное продвижение образовательных проектов в интернете»
на 2017/2018 учебный год

Направление подготовки: менеджмент

Цель программы: повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации в сфере менеджмента с получением и (или) совершенствованием новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области продвижения образовательных проектов в интернете:

- навыки анализа рынка образовательных услуг;
- навыки работы над образовательным продуктом;
- навыки использования современных инструментов продвижения проектов в интернете;
- умение производить анализ и оценку результатов продвижения проектов, своих услуг.

Категория слушателей: лица, имеющие высшее или среднее профессиональное образование; лица, получающие высшее образование.

Трудоемкость программы: 2 зачетные единицы, 76 часов, в том числе 40 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: 1,5 недели.

Форма обучения: очно-заочная.

№ п/п	Наименование дисциплин	Трудоемкость		всего	практические занятия	Внеаудиторная (самостоя- тельная) работа
		в зачетных единицах	в часах			
1	2	3	4	5	6	7
1.	Изучение рынка. Планирование воронки продаж образовательных проектов. Изучение мотиваций и потребностей перспективной аудитории (b2c, b2b, корпоративное обучение). Анализ успешных конкурентов		16	8	8	8
2.	Работа над продуктом. Упаковка продукта. Работа над ценностным предложением. Проработка клиентского		32	16	16	16

№ п/п	Наименование дисциплин	Трудоемкость		всего	практические занятия	Внеаудиторная (самостоя- тельная) работа
		в зачетных единицах	в часах			
1	2	3	4	5	6	7
	путешествия. Постройка карты покупательских сценариев.					
3.	Реклама своего проекта в интернете. Контекстная реклама. Социальные сети. Видеореклама. Лид-магнит как метод продаж образовательных продуктов.		20	12	12	8
4	Анализ и оптимизация. Использование статистики по проведенной кампании для следующего этапа развития. Работа над сквозной аналитикой. Работа над оценкой верности выбранной сегментации и перестройка стратегии.		8	4	4	4
	ИТОГО:	2	76	40	40	36
	Итоговая аттестация:	зачет*				

*Итоговая аттестация (зачет) проводится в форме защиты проектов.

Директор Департамента образовательных
программ Института образования _____

А.В. Гармонова

Исполнитель:
Ляховецкая Е.Р.
Тел. 772-95-90*23204