

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
ИНСТИТУТ ОБРАЗОВАНИЯ**

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

**программы повышения квалификации
«Успешное продвижение образовательных проектов в интернете»
на 2018/2019 учебный год**

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: приобретение знаний в сфере менеджмента с получением и (или) совершенствованием новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области продвижения образовательных проектов в интернете.

Требования к уровню образования, квалификации, наличию опыта профессиональной деятельности поступающих для обучения по программе: лица, имеющие высшее или среднее профессиональное образование; лица, получающие высшее образование.

Перечень нормативных документов, определяющих квалификационные характеристики (требования) к выпускнику программы:

образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»;

образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»;

профессиональный стандарт «Руководитель проектов в области информационных технологий», утвержденный приказом Минтруда России №893н от 18.11.2014г.

Перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы:

- 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.

Слушатели, успешно освоившие образовательную программу повышения квалификации, получают:

Профессиональные навыки и умения:

- Научатся тестировать изображения и давать квалифицированную оценку их качества.
- Научатся анализировать рекламу/дизайн на предмет выявления неосознаваемых воздействий и навязываемых/спонтанных сценариев восприятия.
- Научатся избегать типичных ошибок при разработке рекламы.
- Научатся трактовать и создавать изображения с учетом психологических особенностей восприятия.

Навыки общего характера:

- Повысят общий образовательный уровень, получают возможность по-новому взглянуть на свою работу.

- Повысят эффективность своей работы за счёт осознанного понимания маркетинга.
- Научатся собственноручно создавать маркетинговую стратегию.
- Освоят или повысят уровень базовых принципов понимания теории коммуникаций и интегрированных коммуникаций.
- Смогут использовать научно обоснованную аргументацию и принципы убеждения при переговорах с коллегами и начальством.

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

Минимальный срок обучения: 7 рабочих дней.

Форма обучения: очно-заочная.

Условия реализации программы. Кадровое обеспечение программы:

№ п/п	Наименование дисциплин	Преподаватель (ФИО, ученая степень/звание)	Должность и место работы
1.	Изучение рынка. Планирование воронки продаж образовательных проектов. Изучение мотиваций и потребностей перспективной аудитории (b2c, b2b, корпоративное обучение). Анализ успешных конкурентов	Алексей Добрусин	член Гильдии Маркетологов, член Российской Ассоциации по связям с общественностью, стратегический маркетолог, генеральный директор интернет-агентства Гедокорп.
2.	Работа над продуктом. Упаковка продукта. Работа над ценностным предложением. Проработка клиентского путешествия. Постройка карты покупательских сценариев	Алексей Добрусин	член Гильдии Маркетологов, член Российской Ассоциации по связям с общественностью, стратегический маркетолог, генеральный директор интернет-агентства Гедокорп.
3.	Реклама своего проекта в интернете. Контекстная реклама. Социальные сети. Видеореклама. Лид-магнит как метод продаж образовательных продуктов	Алексей Добрусин	член Гильдии Маркетологов, член Российской Ассоциации по связям с общественностью, стратегический маркетолог, генеральный директор интернет-агентства Гедокорп.

№ п/п	Наименование дисциплин	Преподаватель (ФИО, ученая степень/звание)	Должность и место работы
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	Алексей Добрусин	член Гильдии Маркетологов, член Российской Ассоциации по связям с общественностью, стратегический маркетолог, генеральный директор интернет-агентства Гедокорп.

Информационно-методическое, материально-техническое обеспечение программы:

Учебно-методическое обеспечение программы включает печатные и электронные образовательные ресурсы для всех компонентов дополнительной профессиональной программы, в том числе, учебно-методическую и профильную литературу.

Информационно-методическое обеспечение учебного процесса предусматривает использование слушателями электронных библиотек, а также обеспечивает информационную поддержку учебного процесса на всех этапах обучения.

Для проведения занятий в очной части программы предоставляется 1 кабинет.

Директор Департамента
образовательных
программ Института образования

А.В. Гармонова

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