

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор (по цифровой
трансформации и стратегическому
развитию)
М.В. Чистяков



(подпись)

«15» *сентябрь* 2024 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
программа повышения квалификации

«Бренды и маркетинговые стратегии: типы маркетинговых стратегий. Влияние нейросетей на e-commerce»

для лиц, имеющих высшее и/или среднее профессиональное образование

Для широкого круга заинтересованных лиц

*с учетом требований профессионального стандарта
06.043 Специалист по интернет-маркетингу*

24 академических часа

Форма обучения: заочная, с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Ярославль 2024

АННОТАЦИЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Бренды и маркетинг: типы маркетинговых стратегий. Влияние нейросетей на e-commerce» направлена на приобретение и развитие профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности специалиста в области цифрового и интернет-маркетинга: менеджера маркетинговых стратегий.

Вид профессиональной деятельности специалиста: позиционирование бренда на маркетинговых стратегиях. Разработка стратегии продвижения товаров, в том числе с применением возможностей нейросетей.

Цель вида профессиональной деятельности: грамотное позиционирование бренда и эффективное продвижение товаров на маркетинговых стратегиях с использованием возможностей контент-маркетинга.

Программа предназначена для широкого круга заинтересованных лиц, желающих получить необходимые компетенции для построения бизнес-модели работы на маркетинговых стратегиях.

Программа разработана с учетом требований профессионального стандарта 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н

В результате обучения выпускник будет способен:

- анализировать позиционирование бренда на маркетинговых стратегиях;
- отслеживать и пресекать нарушение авторских прав непосредственно на маркетинговых стратегиях;
- анализировать бизнес-модель «бренд под маркетинг»;
- разработать стратегию продвижения товаров в зависимости от выбранной маркетинговой стратегии;
- анализировать конкурентов и рынок в процессе работы на маркетинговых стратегиях с помощью сервисов аналитики;
- внедрять возможности нейросетей в части создания продающей карточки товара.

Требования к слушателям:

Высшее и/или среднее профессиональное образование.

Объем программы 24 ак.ч.а.

Срок реализации программы: 2 недели.

Форма обучения: заочная, с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Особенности программы: Данная программа подходит и для тех, кто только начинает работу на маркетинговых стратегиях, и для тех, кто хочет развивать свои навыки в данной области.

Программа реализуется с применением ЭО и ДОТ.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают *удостоверение о повышении квалификации установленного образца.*

1. Общие сведения

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Бренды и маркетинговые стратегии: типы маркетинговых стратегий. Влияние нейросетей на e-commerce», 24 ак.ч. устанавливает требования к результатам обучения, определяет содержание и виды учебных занятий и контроля результатов обучающихся.

ДПП ПК предназначена для преподавателей и лиц, осваивающих образовательную программу (слушателей).

ДПП ПК реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Используемый при реализации онлайн-курса «Бренды и маркетинговые стратегии: типы маркетинговых стратегий. Влияние нейросетей на e-commerce» содержит учебные и контрольно-измерительные материалы, необходимые для осуществления мероприятий текущего, промежуточного и итогового контроля и достижения всех запланированных результатов обучения.

2. Цели и результаты освоения программы.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Бренды и маркетинговые стратегии: типы маркетинговых стратегий. Влияние нейросетей на e-commerce», 24 ак.ч. направлена на формирование, развитие и совершенствование профессиональных компетенций, необходимых для организации и осуществления деятельности менеджеров маркетинговых компаний.

Программа разработана с учетом требований:

Профессионального стандарта 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н.

Федерального закона от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 года №499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Целью программы является приобретение и развитие профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности специалиста в области цифрового и интернет-маркетинга: менеджера маркетинговых компаний.

Программа направлена на формирование профессиональных компетенций, необходимых для осуществления следующих трудовых функций:

Трудовая функция	Трудовые действия
Позиционирование бренда на маркетинговых компаниях. Разработка стратегии продвижения товаров, в том числе с применением возможностей нейросетей.	Осуществление контроля и защиты правообладателя при недобросовестных действиях других продавцов на маркетинговых компаниях Разработка маркетинговой стратегии, бизнес-планирование Анализ конкурентов в процессе работы на маркетинговых компаниях с применением сервисов аналитики Разработка контент-стратегии Создание продающей карточки

В результате обучения выпускник будет способен:

- анализировать позиционирование бренда на маркетинговых компаниях;
- отслеживать и пресекать нарушение авторских прав непосредственно на маркетинговых компаниях;
- анализировать бизнес-модель «бренд под маркетинговую компанию»;
- разработать стратегию продвижения товаров в зависимости от выбранной маркетинговой стратегии;

- анализировать конкурентов и рынок в процессе работы на маркетплейсе с помощью сервисов аналитики;

- внедрять возможности нейросетей в части создания продающей карточки товара.

Требования к слушателям. Высшее и/или среднее профессиональное образование.

Объем программы. 24 ак. часа, с учетом всех видов учебной нагрузки.

Срок реализации программы: 2 недели, в соответствии с календарным графиком.

Форма обучения заочная, с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (онлайн-курс).

Слушатели, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают **удостоверение о повышении квалификации установленного образца.**

3. Учебный план

Бренды и маркетплейсы: типы маркетинговых стратегий. Влияние нейросетей на e-commerce, 24 ак.ч.

№	Наименование дисциплин	Всего акад. Часов	В том числе			Форма контроля результат ов освоения
			Лекции	Практическ ие работы, лабораторн ые, семинарские занятия	СР	
1.	Бренды на маркетплейсах	4	2		2	
2.	Защита бренда на маркетплейсах	4	2		2	
3.	Бизнес-модель – бренды под маркетплейсы	3	1		2	
4.	Маркетинг и маркетплейсы. Стратегии для производителей и дистрибьюторов	3	1		2	
5.	Сервисы аналитики для маркетплейсов	3	1		2	
6.	Влияние нейросетей на e-commerce	5	1	4		
7.	Итоговая аттестация (зачет)	2			2	тест
Всего часов		24	8	4	12	

4. Календарный учебный график

Продолжительность обучения 2 недели, средний объем учебной нагрузки в неделю – 8 часов.

№ п/п	Раздел, вид учебной работы	Учебная неделя, к-во часов	
		1	2
1.	Бренды на маркетплейсах	4	
2.	Защита бренда на маркетплейсах	4	
3.	Бизнес-модель – бренды под маркетплейсы	3	
4.	Маркетинг и маркетплейсы. Стратегии для производителей и дистрибьюторов	1	2
5.	Сервисы аналитики для маркетплейсов		3
6.	Влияние нейросетей на e-commerce		5
7.	Итоговая аттестация		2
Всего часов		12	12