

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.01.2024 12:10:41
Уникальный программный ключ:
c379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545

**Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»
Центральные туристские курсы**

СОГЛАСОВАНО:

Первый проректор РМАТ

В.Ю. Питюков

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор РМАТ

Е.Н. Трофимов

**Аннотация к содержанию
программы повышения квалификации
«Маркировка рекламы»
(код 20-02)
36 часов**

Автор программы:
старший преподаватель кафедры
Менеджмента и экономики РМАТ

ст. преподаватель
М.Р. Курхина

Директор Центральных туристских курсов к. пед. н., доцент Г.И. Зорина

г. Химки
2024г.

РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Общие положения

Программа разработана в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденным приказом Минтруда России от 19 февраля 2019 № 95н.

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО и настоящей программой.

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, определенных в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу».

Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции					
	Код	наименование обобщенной функции	уровень квалификации	наименование трудовых функций	Код	уровень (подуровень) квалификации
J		Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	6	Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	J/01.6	6
				Корректировка стратегии продвижения	J/03.6	6

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по программе повышение квалификации «Маркировка рекламы»

Цель программы – формирование (совершенствование) профессиональных компетенций слушателей в области маркировки рекламы; компетенции определены в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

№	Наименование категории (группы) универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций	Наименование компетенция	Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» Бакалавриат
			Код компетенции
1.	Информационно-аналитическая	Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта	ПК-12.
2.	Информационно-аналитическая	Способен выявлять новые рыночные возможности, а также анализировать поведение потребителей экономических благ	ПК-10.

1.3. Планируемые результаты обучения

№ п/п	Знать / Уметь/Владеть	Направление подготовки 43.03.02 Туризм Бакалавриат
		Код компетенции
1.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных социальных медиа; - систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - основы функционирования основных систем управления веб-сайтами; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования современных веб-аналитических систем. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять систему показателей эффективности продвижения; - анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации; - обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - навыками проведения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - навыками внесения изменений в стратегию продвижения. 	ПК-12.

2.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты анализа воздействия макроэкономической среды на развитие туристской дестинации; - методы изучения поведения потребителей при планировании маркетинга туристских дестинаций в международном туризме; - инструменты анализа поведения потребителей в процессе приобретения и потребления ресурсов и общественных благ туристской дестинации; - технологии управления продажами, с учетом анализа поведения потребителей экономических благ; - тенденции развития новых рыночных возможностей и новых направлений деятельности в условиях бизнес-среды; - инструменты брендинга и формирования фирменного стиля компании. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать воздействие макроэкономической среды на развитие туристской дестинации; - выявлять новые рыночные возможности для последующего развития туристских дестинаций и туристских компаний; - использовать маркетинговый инструментарий для анализа поведения потребителей в сфере международного туризма; - управлять процессами развития бренда и фирменного стиля туристского предприятия с использованием современных тенденции и анализируя поведение потребителей <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками по проведению маркетинговых исследований для анализа поведения потребителей в сфере международного туризма. - навыками определения новых рыночных возможностей для последующего развития туристских дестинаций и туристских компаний; - выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, грамотно их формировать с помощью маркетинговых инструментов; - инструментами анализа системы продаж; - навыками анализа и планирования в продажах; - навыками управления процессами развития бренда и фирменного стиля туристского предприятия с использованием современных тенденции и анализируя поведение потребителей. 	ПК-10.
----	---	--------

1.4. Категория обучающихся: к освоению дополнительной программы повышения квалификации допускаются: лица, имеющие высшее образование; лица, получающие высшее образование.

1.5. Форма обучения: очно-заочная форма с использованием электронного обучения и дистанционных технологий.

1.6. Срок обучения: 10 дней.

1.7. Трудоемкость программы: 36 часов.