



Министерство науки
и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
Институт дистанционного
и дополнительного образования



УТВЕРЖДАЮ:
Директор ИДДО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Шиндина Т.А.
	Идентификатор	Rd0ad64b2-ShindinaTA-e12224c9

(подпись)

Т.А. Шиндина
(расшифровка подписи)

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации

Наименование программы	Социологические методы в современном маркетинге
Форма обучения	заочная
Выдаваемый документ	удостоверение о повышении квалификации
Новая квалификация	не присваивается
Центр ДО	ОДПО, Центр программ для населения "СОКРАТ"

Зам. начальника
ОДПО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Борченко И.Д.
	Идентификатор	R78f3a961-BorchenkoID-e2a246f5

И.Д. Борченко

Начальник ОДПО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Селиверстов Н.Д.
	Идентификатор	Rf19596d9-SeliverstovND-39ee0b7

Н.Д.
Селиверстов

Начальник ФДО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Малич Н.В.
	Идентификатор	R13696f6e-MalichNV-45fe3095

Н.В. Малич

Руководитель ОДПО,
ЦДО Сократ

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Максимова А.А.
	Идентификатор	R6a033f13-VorozhtsovaAA-daecd82

А.А.
Максимова

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurillovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

Москва

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Цель: формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области позиционирования компании и цифрового маркетинга.

Программа составлена в соответствии:

- с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утвержденным приказом Минобрнауки от 15.11.2018 г. № 1328, зарегистрированным в Минюсте России 05.02.2018 г. № 75.

- с Профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог», утвержденным приказом Минтруда 04.06.2018 г. № 366н, зарегистрированным в Минюсте России 21.06.2018 г. № 51397, уровень квалификации 8.

Форма реализации: обучение с использованием исключительно электронного обучения.

Форма обучения: заочная.

Режим занятий:

Расписание занятий по дополнительной образовательной программе может устанавливаться в зависимости от набора в группы. Конкретные даты проведения занятий указываются в договоре на оказание образовательных услуг. Данные расписания хранятся в электронной системе учета хода реализации программы. При любом графике занятий учебная нагрузка устанавливается не более 40 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

Требования к уровню подготовки слушателя, необходимые для освоения программы: лица, желающие освоить дополнительную образовательную программу, должны иметь высшее или среднее профессиональное образование. Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца, или академической справкой о прохождении обучения.

Выдаваемый документ: при успешном прохождении программы и сдаче итоговой аттестации выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Срок действия итоговых документов

Срок действия итоговых документов регламентируется на основе правил по работе с персоналом в сфере деятельности данной программы, устанавливается на основе содержания программы и составляет (в годах): 3.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

2.1. Компетенции

В результате освоения дополнительной образовательной программы слушатель должен обладать компетенциями (табл. 1).

Таблица 1

Компетентностно-ориентированные требования к результатам освоения программы

Компетенция	Требования к результатам
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать: - методики прикладных социологических и маркетинговых исследований.
	Уметь: - использовать методы социологических исследований для решения конкретных бизнес-задач.
	Владеть: - способностями социологического анализа для интерпретации полученных данных, технологиями прикладных маркетинговых исследований.

В результате освоения программы слушатель должен быть способен реализовывать трудовые функции в соответствии с профессиональным стандартом (табл. 2).

Уровень квалификации 6.

Таблица 2

Практико-ориентированные требования к результатам освоения программы

Трудовые функции	Требования к результатам
08.035 «Маркетолог»	
ПК-1134/А/02.6/1 способен осуществлять проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Трудовые действия: - Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
	Умения: - Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.
	Знания: - Методы проведения маркетингового исследования.

2.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

Не предусмотрено

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ (РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ))

3.1. Трудоемкость программы

Трудоемкость программы включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) работы составляет:

- 1 зачетных единиц;
- 36 ак. ч.

Структура программы с указанием наименования дисциплин (модулей) и их трудоемкости представлена в табл. 3.

Учебный план дополнительной образовательной программы представлен в приложение А., являющийся неотъемлемой частью программы.

Таблица 3

Структура программы и формы аттестации

№	Наименование дисциплин (модулей)		Контактная работа, ак. ч							Форма аттестации		
			всего	аудиторные занятия	электронное обучение	обучение с ДОТ	контроль			текущий контроль (тест, опрос и пр.)	промежуточная аттестация (зачет, экзамен, защита отчета о стажировке)	итоговая аттестация (итоговый зачет, итоговый экзамен, доклад по результатам стажировки, итоговый аттестационный экзамен, итоговая аттестационная работа)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12	13	14
1	Социологические методы в современном цифровом маркетинге	3 4 0	6. 0		6.0			28. 0			Нет	
1.1.	Цифровые метрики эффективности маркетинговых кампаний	3. 5	0. 5		0.5			3		Тести рован ие		
1.2.	Инструменты веб-аналитики	3. 5	0. 5		0.5			3		Тести рован ие		
1.3.	Data Science и применение искусственного интеллекта в маркетинге	3. 5	0. 5		0.5			3		Тести рован ие		
1.4.	Социология для решения бизнес-задач	3. 5	0. 5		0.5			3		Тести рован ие		
1.5.	Интервью как метод социологии в эпоху цифровизации	3. 5	0. 5		0.5			3		Тести рован ие		
1.6.	Эксперимент как метод социологического	3. 5	0. 5		0.5			3		Тести рован ие		

	исследования в цифрой экономике											
1.7.	Семантический дифференциал	4	1		1			3		Тести рован ие		
1.8.	Контент-анализ	4,5	1		1			3,5		Тести рован ие		
1.9.	Опросы, анкетирование, анкета как инструмент опроса: специфика применения в цифровом маркетинге	4,5	1		1			3,5		Тести рован ие		
2	Итоговая аттестация	2,0	0,3				0,3	1,7				Итоговый зачет
	ИТОГО:	36,0	6,3	0	6,0	0	0,3	29,7	0			

3.2. Содержание программы (рабочие программы дисциплин (модулей))

Содержание дисциплин (модулей) представлено в табл. 4.

Таблица 4

Содержание дисциплин (модулей)

№	Наименование дисциплин (модулей)	Содержание дисциплин (модулей)
1.	Социологические методы в современном цифровом маркетинге	
1.1.	Цифровые метрики эффективности маркетинговых кампаний	Оценка экономической эффективности рекламы интернет-маркетинга
1.2.	Инструменты веб-аналитики	Веб-аналитика
1.3.	Data Science и применение искусственного интеллекта в маркетинге	Сущность искусственного интеллекта Направления использования ИИ в маркетинге Технологии Big Data в маркетинге Применение технологий искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности в РФ
1.4.	Социология для решения бизнес-задач	Сущность социологических исследований в экономике Методика проведения социологического исследования
1.5.	Интервью как метод социологии в эпоху цифровизации	Интервью Опрос экспертов
1.6.	Эксперимент как метод социологического исследования в цифрой экономике	Эксперимент

№	Наименование дисциплин (модулей)	Содержание дисциплин (модулей)
1.7.	Семантический дифференциал	Семантический дифференциал
1.8.	Контент-анализ	Контент-анализ
1.9.	Опросы, анкетирование, анкета как инструмент опроса: специфика применения в цифровом маркетинге	Опросы. Анкетирование

Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) представлены в приложении Б.

4. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Информация о практической подготовке в структуре дополнительной образовательной программы представлена в приложение В.

В рамках учебного плана дополнительной образовательной программы используются традиционные образовательные технологии, а также интерактивные технологии, представленные в табл. 5.

Таблица 5

Характеристика образовательной технологии

Наименование	Краткая характеристика
<i>Не предусмотрено</i>	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

5.1. Текущий контроль

Текущий контроль проводится в соответствии с характеристиками контрольных заданий и представлен в Таблице 1 приложения Г.

5.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по программе проводится в форме зачета, экзамена или отчета о стажировке в соответствии с учебным планом. Характеристика заданий представлена в Таблице 2 приложения Г.

5.3. Итоговая аттестация

Итоговая аттестация по программе проводится в форме . Характеристика заданий представлена Таблице 3 приложения Г.

5.4. Независимый контроль качества обучения

Порядок независимой оценки качества дополнительной образовательной программы представлен в приложении Г.

6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) литература НТБ МЭИ:

1. "Социальные коммуникации: векторы будущего", Всероссийская научно-практическая конференция (II; 2022; Москва). II Всероссийская научно-практическая конференция "Социальные коммуникации: векторы будущего", Москва, 15-16 декабря 2022 года : материалы конференции / Нац. исслед. ун-т "МЭИ" (НИУ"МЭИ") ; ред. А. В. Мучкова, С. Н. Курилов, И. В. Юдин . – Москва : Изд-во МЭИ, 2023 . – 312 с. - ISBN 978-5-7046-2854-5 .
<http://elibrary.mpei.ru/elibrary/view.php?id=12557>.

б) литература ЭБС и БД:

1. Абаева А. Л., Алексунина В. А., Гуриевой М. Т.- "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности", Издательство: "Дашков и К", Москва, 2022 - (433 с.)
<https://e.lanbook.com/book/277322>;

2. С. Е. Калюжная- "Продвижение аккаунта общедоступной библиотеки в социальных сетях с использованием данных веб-аналитики", Издательство: "б.и.", Санкт-Петербург, 2021 - (141 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690979>.

в) используемые ЭБС:

Не предусмотрено

6.2. Кадровое обеспечение

Для реализации дополнительной образовательной программы привлекаются преподаватели из числа штатных научно-педагогических работников ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» и лица, представители работодателей или объединений работодателей. Информация о кадровом обеспечении дополнительной образовательной программы представлена в приложении Д.

Сведения о руководителе дополнительной образовательной программы представлены в приложении Е.

6.3. Финансовое обеспечение

План расходов и расчет обоснования стоимости по дополнительной образовательной программе представлены в приложении Ж.

Финансирование программы осуществляется за счет личных средств слушателей или заказчиков, по направлению которых проводится обучение. В качестве заказчика могут выступать работодатели, университеты (в том числе МЭИ), государственные структуры и прочие участники образовательного рынка.

6.4. Материально-техническое обеспечение

Материально-технические условия реализации дополнительной образовательной программы представлены в Приложении 3.

Календарный график учебного процесса разрабатывается с учетом требований к качеству освоения и по запросам обучающихся (Приложение И). Расписание занятий разрабатывается на каждую реализуемую программу.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

№ п/п	Содержание изменения (актуализации)	Дата утверждения изменений
-------	-------------------------------------	----------------------------

Руководитель
образовательной
программы

		Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
		Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
Владелец		Курилов С.Н.	
Идентификатор		R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde	

С.Н.
Курилов