



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



КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

*дополнительной образовательной программы профессиональной переподготовки
«Цифровой маркетинг»,*

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

Категория слушателей: студенты и специалисты инженерных направлений и другие заинтересованные лица

Общая трудоемкость программы: 252 ак. ч.

Форма обучения: очно-заочная

Наименование дисциплин (модулей)	Месяцы				
	1	2	3	4	5
Маркетинг в цифровой экономике	Общие часы по разделу 36/36,0				
Стратегическое управление компанией в цифровой экономике	8,0				
Модели стратегий компаний	9,0				
Роль брендинга в цифровой экономике	9,0				
Маркетинговая стратегия организации	8,0				
Промежуточная аттестация	2,0				
Рекламные и PR-технологии в цифровом маркетинге	Общие часы по разделу 36/36,0				
Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей в цифровой среде	9,0				
Сегментирование рынка, характеристика конкурентной борьбы в технологичных отраслях, анализ конкуренции	8,0				
Продуктовая политика фирмы, ценообразование и ценовая политика фирмы		9,0			
Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникации фирмы		8,0			
Промежуточная аттестация		2,0			
Основы интернет-брендинга	Общие часы по разделу 36/36,0				
Технологии брендинга		9,0			
Портфель брендов компании		8,0			
Управление брендом компании		9,0			
Специфика интернет-брендинга		8,0			
Промежуточная аттестация			2,0		
Социологические методы в современном цифровом	Общие часы по разделу				

маркетинге	36/36,0				
Цифровые метрики эффективности маркетинговых кампаний			4,0		
Инструменты веб-аналитики			4,0		
Data Science и применение искусственного интеллекта в маркетинге			4,0		
Социология для решения бизнес-задач			4,0		
Интервью как метод социологии в эпоху цифровизации			4,0		
Эксперимент как метод социологического исследования в цифровой экономике			3,0		
Семантический дифференциал			4,0		
Контент-анализ			4,0		
Опросы, анкетирование, анкета как инструмент опроса: специфика применения в цифровом маркетинге			3,0		
Промежуточная аттестация			2,0		
Каналы продвижения в цифровом маркетинге	Общие часы по разделу 36/36,0				
CRM-маркетинг			4,0		
Email-маркетинг			4,0		
Контент-маркетинг			4,0		
SMM			4,0		
SEO-продвижение				3,0	
Influencer marketing				4,0	
Мобильный маркетинг				4,0	
Видеомаркетинг				4,0	
Реклама в цифровой среде (контекстная, таргетированная, баннерная, нативная)				3,0	
Промежуточная аттестация				2,0	
Цифровые инструменты в маркетинге и рекламе	Общие часы по разделу 36/36,0				
Специфика продвижения в социальных сетях				11,0	
Специфика продвижения в интернете				11,0	
Специфика продвижения на маркетплейсах				12,0	
Промежуточная аттестация					2,0
Итоговая аттестация	Общие часы по разделу 36/36,0				
Итоговая аттестация					36,0

Руководитель
ОДПО, ЦДО ОО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кнутова А.Н.
	Идентификатор	Rd17ac9bb-KnutovaAN-27b4bb68

А.Н. Кнутова

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