

Паспорт образовательной программы «Цифровой маркетинг»

Обучение ведется по направлению

38.03.02 Менеджмент

Утверждение программы

Протокол заседания Ученого совета НИУ ВШЭ - Нижний Новгород от 27.10.2021 № 12

Образовательный стандарт НИУ ВШЭ

[Образовательный стандарт бакалавриата НИУ ВШЭ с паспортом направления подготовки 38.03.02 Менеджмент \(с 2020 года набора\)](#)

Дата обновления паспорта

Протокол заседания Ученого совета НИУ ВШЭ - Нижний Новгород № 8 от 21.09.2023

Сетевая форма реализации

Нет

Срок, форма обучения и объем

4 года [□]

Очная форма обучения, 240

Язык реализации

RUS

ENG

Обучение ведется на русском и частично на английском языке

Квалификация выпускника

Бакалавр

Программа двух дипломов

Нет

Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

С применением

Конкурентные преимущества программы

— Программа реализуется консорциумом, в который входит университет, стратегический партнер (E-promo), вспомогательные партнеры. Это позволяет держать контент программы в соответствии с актуальными технологическими решениями, инструментами, аналитикой.

— Программа включает в себя обязательную стажировку в компаниях-партнерах по отдельным каналам (мобильная реклама, контекстная реклама, таргетированная реклама, видеореклама, медийная реклама и программатик) и технологиям (customer data platform, customer journey analytics, mobile marketing analytics, social analytics и др).

— За время обучения каждый студент должен получить 3 профессиональных сертификата из следующего перечня (входит в стоимость программы): Яндекс.Директ, Яндекс.Метрика, Яндекс.Маркет, Яндекс.Медийная реклама, Google Analytics, Google Ads: Поисковая реклама, Google Ads: KMC, GoogleAds_МобильнаяРеклама, Google Ads: Видеореклама, Google Ads: Торговые РК, Google Ads: Display and Video 360, DCM(Campaign Manager), myTarget, сертификат специалиста Vkontakte, сертификат специалиста Facebook.

— Студенты получают доступ к цифровым инструментам и аналитике стратегического и вспомогательных партнеров. Все ключевые аналитические отчеты партнеров обсуждаются на занятиях с авторами этих отчетов.

— Проектная деятельность начинается на первом курсе и продолжается на всех последующих курсах с увеличением сложности решаемых бизнес-задач, заканчивается защитой реального проекта на 4 курсе. За время обучения студенты получают в свое портфолио не менее 10 реальных проектов (в рамках проектной деятельности и отдельных дисциплин) и 3 профессиональных сертификата, что позволит им конкурировать на рынке труда с опытными специалистами уже на выходе программы.

Характеристика профессиональной деятельности и перечень профессиональных компетенций выпускника

Благодаря стремительному развитию технологий, digital-маркетолог сегодня – одна из самых быстроразвивающихся, востребованных и высокооплачиваемых профессий.

Области функциональной деятельности, в которых могут работать выпускники программы, являются весьма широкими:

- smm – специалист;
- специалист по интернет рекламе;
- специалист по контекстной рекламе;
- специалист по таргетированной рекламе;
- специалист по медийной рекламе;
- специалист по программатик рекламе;
- менеджер digital-проектов;
- специалист по медиапланированию;
- экаунт - менеджер;
- seo – специалист;

- web - аналитик;
- UX и UT менеджер;
- специалист по исследованиям рынка;
- product - менеджер.

Профессиональные компетенции (планируемые результаты освоения ОП)	
Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-1	Способен создавать контент-планы, анализировать востребованность тем и форматов, создавать иллюстрации и видео-контент
ПК-2	Способен создавать и внедрять стратегии продвижения бренда, способствующие лидогенерации и привлечению трафика на сайт и другие площадки
ПК-3	Способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
ПК-4	Способен к проектированию и анализу маркетинговых коммуникаций организации, A/B тестированию сайта, замеру эффективности продвижения
ПК-5	Способен формировать воронку продаж через Internet-каналы коммуникации (сайт, социальные сети и др.)
ПК-6	Способен формировать путь клиента и прорабатывать цепочку касаний
ПК-7	Способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса
ПК-8	Способен проводить анализ конкурентной среды
ПК-9	Способен находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею
ПК-10	Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач
ПК-11	Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии

В результате освоения образовательной программы у выпускника формируются универсальные,

общефессиональные (определены в разделах ОС по направлениям подготовки) и профессиональные компетенции. Профессиональные компетенции определяются на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований рынка труда, обобщения зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники.

Характеристики образовательных модулей программы

Бакалаврская программа «Цифровой-маркетинг» реализуется в рамках направления 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ и соответствует образовательному стандарту НИУ ВШЭ по данному направлению.

Особенностью реализации программы является ее проектная направленность. Проектная составляющая программы обновляется каждый год в соответствии с развитием технологий и цифровых решений. Студенты начинают относительно простые проекты на первом курсе, которые позволяют понять ключевые цифровые решения и логику работы с клиентами, на последующих курсах сложность проектов увеличивается, на последних курсах студенты работают с реальными бюджетами.

Логика проектов первого набора

— 1-й курс: анализ конкурентного окружения, используемых УТП. Анализ динамики спроса в разных каналах коммуникации.

— 2-й курс: построение Customer Journey Map и проведение качественного исследования, связанного с выявлением потребностей целевой аудитории.

— 3-й курс: медиапланирование в диджитале, включая аукционные программатик каналы: paid search, paid search social, olv programmatic. Прогнозирование KPI.

— 4-й курс: стратегия продвижения в диджитале включая: формирование УТП продукта продвижения с учетом анализа конкурентов, анализа потребительского поведения. Построение CJM. Формирование маркетинговых KPI. Разработка медиаплана рекламных размещений.

Особенности образовательных модулей ОП "Цифровой маркетинг"

Модуль	Минимальный объем (кредит)	Характеристика модуля
1. Major		

<p>Major</p> <p>Базовый профессиональный (Major)</p>	<p>84</p>	<p>Предметные области:</p> <p>1. Математика и статистика (Основы высшей математики, Теория вероятностей и математическая статистика, Анализ данных в Python, Программирование на языке Python);</p> <p>2. Общий и стратегический менеджмент (Теория и история менеджмента, Стратегический менеджмент);</p> <p>3. Финансы и учёт (Финансовый и управленческий учёт, Финансовый менеджмент);</p> <p>5. Маркетинг (Маркетинговые исследования, основы маркетинга, Диджитал-маркетинг);</p> <p>6. Управление процессами и проектами, логистика и управление цепями поставок (Операционный менеджмент и управление процессами, Управление проектами);</p> <p>7. Принятие решений и этика бизнеса (Принятие управленческих решений, Бизнес этикет: письмо. разговор и поведение);</p> <p>8. Предпринимательство (Предпринимательство);</p> <p>9. Социальные навыки менеджера / Лидерство и командообразование (Лидерство);</p> <p>10. Экономика (Экономическая теория);</p> <p>11. Организационное поведение и управление человеческими ресурсами (Коучинг).</p>
<p>Вариативный профессиональный (Major вар.)</p>	<p>85</p>	<p>Научно-исследовательский семинар (НИС):</p> <p>- «Информационное обеспечение исследований в менеджменте».</p> <p>Проектный семинар</p> <p>«Анализ конкурентного окружения»;</p> <p>«Анализ покупательского поведения и построение карты пользователя»;</p> <p>«Исследование в рекламной деятельности».</p>

Гибкие навыки (2 из 3):

- Бренд-менеджмент в диджитал;
- Эмоциональный интеллект;
- Принципы эффективной коммуникации в digital.

Инструменты анализа (2 из 3):

- Базы данных;
- Основы маркетинговой аналитики;
- Статистический анализ данных (SPSS).

Взаимодействие с рынком (3 из 4):

- Основы медиапланирования;
- Психология рекламы;
- Управление работой с клиентскими данными (customer data platform, CDP);
- SMM, мобильный маркетинг и аналитика;

Стратегические инструменты маркетинга (4 из 5):

- Формирование аналитических продуктов. Data Driven Approach;
- Маркетинговая стратегия в диджитал-среде;
- Продакт-менеджмент цифровых продуктов;
- Маркетинговые коммуникации;
- Финансы для маркетологов.

Базовые инструменты цифрового маркетинга (4 из 5):

- Математические модели бизнес-процессов;
- Многоканальные последовательности и модели атрибуции;
- Аналитика геоданных в маркетинге;
- Искусственный интеллект в маркетинге;
- Этика работы с клиентскими данными.

Анализ целевого рынка (4 из 5):

- Анализ данных и визуализация в Excel;
- Медиапланирование. Диджитал-маркетинг как часть маркетингового медиамикса;
- Методология исследований в рекламной деятельности;
- Поведение потребителей;
- Сегментация потребителей и

		поведенческий маркетинг.
2. Практика	30	
Профессиональная		Учебная практика; Преддипломная практика.
Проектная	1	Проекты студентов: - «Анализ конкурентов»; - «Исследование в рекламной деятельности»; - «Анализ покупательского поведения и построение карты пути пользователя»; Курсовая работа 2; Подготовка ВКР.
Научно - исследовательская	1	Курсовая работа 1.
3. ДОЦ	14	Обязательные дисциплины ДОЦ: - Физическая культура; - Безопасность жизнедеятельности. Дополнительные дисциплины ДОЦ: - Правовая грамотность; - Психология; - ДОЦ по выбору студента.
4. Minor	20	Пакетное предложение или 4 отдельные дисциплины.
5. Английский язык	1	Внутренний экзамен по английскому языку; Независимый экзамен по английскому языку; Подготовка и защита Project Proposal по теме ВКР; Дополнительные факультативные учебные дисциплины
6. Data Culture	3	Дисциплины из области наук о данных (Data Science) базового уровня.
7. ГИА	1	Защита ВКР.

Адаптация программы для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Образовательная программа высшего образования НИУ ВШЭ адаптирована для обучения на ней инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Для указанных лиц разработана специальная программа по дисциплине "Физическая культура" ([Адаптированная Программа учебной дисциплины «Физическая культура»](#)), в учебном процессе используются специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Особенности адаптации программ учебных дисциплин содержатся в полной версии каждой программы учебной дисциплины и доступны студентам через электронную образовательную среду.

Комплект документов образовательной программы

Все документы образовательной программы хранятся в электронном виде на настоящем сайте образовательной программы. Учебные планы, календарные учебные графики, программы учебных дисциплин разрабатываются и проходят электронные процедуры утверждения в корпоративных информационных системах. Их актуальные версии автоматически публикуются на сайте ОП. Методические материалы, оценочные средства и иные материалы образовательной программы в актуальном виде хранятся на сайте образовательной программы в соответствии с локальными нормативными актами университета.

Подтверждаю актуальность комплекта документов образовательной программы, размещенных на настоящем сайте образовательной программы.

Проректор С.Ю. Рощин

[Паспорт образовательной программы «Цифровой маркетинг»](#)

