

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»

Институт дополнительного образования и профессиональной переподготовки

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образованию,
молодежной политике
и воспитательной работе
 Я.Ю. Радюкова
«___» _____ 2025 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

**Наименование программы: «Современные тенденции развития
торгового дела и интернет-маркетинга»**

**Документ о квалификации: удостоверение о повышении квалификации по
дополнительной профессиональной программе**

Объем: 36 часов

Тамбов 2025 г.

Составители (разработчики):

Федорова Алена Юрьевна, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой бизнеса и развития профессионального мастерства института креативных индустрий, экономики и предпринимательства ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры бизнеса и развития профессионального мастерства института креативных индустрий, экономики и предпринимательства ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» Протокол № 8 от «15» января 2025 года.

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор Е.Ю. Меркулова,
кандидат экономических наук, доцент Т.М. Кожевникова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативные правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;

приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;

приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 15 января 2013 г. N 10 г. Москва «О федеральных государственных требованиях к минимуму содержания дополнительных профессиональных образовательных программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогических работников, а также к уровню профессиональной переподготовки педагогических работников».

Программа разработана с учетом профессионального стандарта 06.043 Специалист по интернет-маркетингу утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 № 95н.

1.2. Требования к слушателям

Высшее образование (бакалавриат, специалитет, магистратура).

1.3. Формы освоения программы: очная

1.4. Цель и планируемые результаты обучения:

Цель: совершенствование профессиональных компетенций в сфере торговой деятельности и интернет-маркетинга.

Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие дополнительную профессиональную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии.

Планируемые результаты обучения

Выпускник должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности (ВД) по соответствующему профессиональному стандарту (ПС):06.043 Специалист по интернет-маркетингу утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 № 95н.

Профессиональные компетенции	Знания	Умения	Практический опыт (владение)
1	2	3	4
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с	Знает и понимает: методы и инструменты работы с базами данных внутренних	Умеет пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних	Свободно владеет навыками поиска и систематизации информации о внутренних и внешних

использованием цифровых информационных технологий	и внешних рынков; требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.	рынках; проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.	рынках для сбыта товарной продукции; критически анализирует анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках.
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной	Знает и понимает: Особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; внутренние ошибки	Умеет определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой	Свободно владеет навыками: анализа поисковой выдачи; анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; анализа поведения пользователей при

сети «Интернет	веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; правила составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандарты делового общения в письменной и устной форме; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и общающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); методы обработки текстовой и графической информации; основы копирайтинга и веб-райтинга.	выдачи; актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.	поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; определения стратегии поискового продвижения; проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
----------------	---	--	---

1.5. Трудоемкость программы 36 часов.

II. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей), практик (для программ ПП)	Формы промежуто чной аттестации (при наличии) ¹	Обязательные учебные занятия			Самостоятельная работа обучающегося (при наличии)		Всего о (час.)
			Всего (час.)	Лекции	в т. ч. лабораторны е и практически е занятия (час.) ²	Всего (час.)	в т. ч. консультаций при выполнении самостоятельной работы (при наличии) (час.)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Тема 1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности		2	1	1	3		5
2.	Тема 2. Формирование эффективных связей с поставщиками и покупателями		2	1	1	3		5
3.	Тема 3. Управление исполнением внешнеторговых контрактов: от заключения до контроля		2	1	1	3		5
4.	Тема 4. Маркетинговые исследования в коммерческой деятельности		4	2	2	3		7
5.	Тема 5. Интернет - маркетинг		3	2	1	3		6
6.	Тема 6. Современные тренды интернет - маркетинга		4	2	2	3		7
7.	Итоговая аттестация		1					1
Всего по программе:			18	9	8	18		36

¹ Возможные формы промежуточной аттестации: зачет, дифференцированный зачет, экзамен² При необходимости могут быть указаны и иные виды учебных занятий, в т.ч. путем добавления соответствующих столбцов в таблице

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса.

Реализация программы повышения квалификации обеспечивается сотрудниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях договора гражданско-правового характера. Доля научно-педагогических работников, имеющих образование, соответствующее профилю программы повышения квалификации, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу, должна составлять не менее 50 процентов. Доля научно-педагогических из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (реализуемой программы (имеющих стаж работы в данной

профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу повышения квалификации не менее 10 процентов.

Требования к материально-техническим условиям

Для реализации программы необходима одна учебная аудитория для проведения лекционных и семинарских (лабораторных) занятий.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: аудитория должна быть оборудована учебной мебелью, доской.

Технические средства обучения: компьютеры с выходом в Интернет и соответствующим программным обеспечением, проектор, экран.

Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям

Для реализации программы необходима обеспеченность основной литературой из расчета 50 экземпляров на каждые 100 студентов. Для реализации программы необходим доступ обучающихся к ЭБС университета, а также обеспечение их справочными и другими учебно-методическими изданиями в печатном или электронном виде.

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

1. Основная литература:

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558155>

2. Гутникова, О. Н. Организация и технология торговой деятельности : учебник для вузов / О. Н. Гутникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20932-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559014>

3. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543173>

4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535941>

5. Левкин, Г. Г. Организация торговой деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17373-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545031>

6. Международная торговля : учебник для вузов / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под общей редакцией Р. И. Хасбулатова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05486-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536068>

7. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535817>

2. Дополнительные источники:

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.

2. Безлапов В.В. Технологии управления внешнеторговой деятельностью региона: монография / В.В. Безлапов, С.А. Лочан, Д.В. Федюнин, А.Д. Петросян, рук. авт. колл. В.В. Безлапов. - Москва: РУСАЙИС, 2022.-586 с.
3. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468>
4. Волгина Н.А. Международная торговля: учебник/Н.А. Волгина.- Москва: КНОРУС, 2022.- 274с- (Бакалавриат)
5. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. :Юрайт, 2021.
6. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. :Юрайт, 2021.
7. Иванов Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.
8. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>
9. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>
10. Лазарева Н.В. Актуальные проблемы учета внешнеэкономической деятельности: учебное пособие/ Н. В. Лазарева. – Москва: РУСАЙНС, 2023. -122 с. ISBN978-5-4365-9920-5
11. Современное торговое дело: учебное пособие/ кол. авторов; под ред. Л.Б. Нюренбергер Н.А Лучиной.- Москва: РУСАЙИС, 2022 – 138с. ISBN 978-5-4365-8388
12. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 430 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011223-7. DOI: 10.37791/978-5-4257-0559-4-2023-1-168 - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832388> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.
13. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.

Программное обеспечение:

«МойОфис» или «Р7-Офис», LibreOffice - импортозамещение

Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y

AcademicEdition Enterprise (Состав Desktop Edu: Office365; Office Pro+; CoreCal;

WinEnterpriseUpgrade)

1С: Управление торговлей 8. Базовая версия.

1С: Моя фирма

1С: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

Штрих-М: Торговое предприятие 7. Включает платформу 1С: Предприятие 8

Программа для приемки маркированного товара в ЭДО

Диадок. Сервис передачи данных оператору системы маркировки

ЭВОТОР: Управление ассортиментом для номенклатурного учета
1С касса или облачное приложение 1С: Касса;
POS-система
CRM-система (Infusionsoft, ActiveCampaign, HubSpot)
SEO
Конструкторы сайтов
ЭПС «Система ГАРАНТ»
СПС «КонсультантПлюс»

Информационные справочные системы:

1. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. - URL:
<http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyj-katalog/>
3. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. - URL:
<http://www.biblioclub.ru>
4. КнигаФонд : электронно-библиотечная система.- URL: <http://knigafund.ru>
5. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система.- URL:
<http://www.studentlibrary.ru>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU . – URL: <http://elibrary.ru>
7. Российская государственная библиотека. - URL: www.rsl.ru
8. Российская национальная библиотека. URL: www.nlr.ru
9. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина- URL: <http://www.prilib.ru>
10. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. - URL:
www.monographies.ru
11. Электронная библиотека РФФИ. - URL: www.rfbr.ru/rffi/ru/library
12. Vivaldi: сеть электронных библиотек. - <http://www.vivaldi.ru/>