



**частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор СПбУТУиЭ

С. В. Авдашкевич

«21» сентября 2026 г

## **КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК**

|                                    |                                                                                                                                                  |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Вид ОП ДПО                         | Дополнительная профессиональная программа<br>повышения квалификации                                                                              |
| Наименование ОП ДПО                | «Цифровой маркетинг и медиа»                                                                                                                     |
| Срок освоения                      | 72 академических часа                                                                                                                            |
| Форма обучения                     | Заочная с применением дистанционных<br>образовательных технологий                                                                                |
| Требования к уровню<br>образования | лица, имеющие среднее профессиональное и (или)<br>высшее образование;<br>лица, получающие среднее профессиональное и<br>(или) высшее образование |

**Санкт-Петербург**

| Наименование<br>модулей/разделов<br>дисциплин/тем, видов<br>аттестации (при наличии)                                                      | 1 неделя              | 2 неделя              | 3 неделя           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
|                                                                                                                                           | Трудоемкость<br>(час) | Трудоемкость<br>(час) | Трудоемкость (час) |
| <b>Раздел 1. Введение в Digital-маркетинг. Особенности маркетинга в социальных сетях и новых медиа. Нормативно-правовое регулирование</b> |                       |                       |                    |
| 1.1. Направления развития Digital-маркетинга                                                                                              | 8                     |                       |                    |
| 1.2. Нормативно-правовое регулирование Digital-маркетинга                                                                                 | 6                     |                       |                    |
| <b>Раздел 2. Особенности организации маркетинговых исследований в цифровой среде</b>                                                      |                       |                       |                    |
| 2.1. Сущность маркетингового исследования                                                                                                 | 5                     |                       |                    |
| 2.2. Технологии проведения маркетинговых исследований в цифровой среде                                                                    | 7                     |                       |                    |
| <b>Раздел 3. Технологии Digital-маркетинга</b>                                                                                            |                       |                       |                    |
| 3.1. Инструменты Digital-маркетинга                                                                                                       |                       | 10                    |                    |
| 3.2. Социальное продвижение                                                                                                               |                       | 10                    |                    |
| <b>Раздел 4. Разработка стратегии Digital-маркетинга</b>                                                                                  |                       |                       |                    |
| 4.1. Сущность Digital-стратегии                                                                                                           |                       | 5                     |                    |
| 4.2. Маркетинговые онлайн-стратегии бизнеса                                                                                               |                       |                       | 7                  |
| <b>Раздел 5. Веб-аналитика и анализ эффективности цифрового маркетинга</b>                                                                |                       |                       |                    |
| 5.1. Цель и задачи Веб-аналитики                                                                                                          |                       |                       | 5                  |
| 5.2. Эффективность Digital - маркетинга                                                                                                   |                       |                       | 7                  |
| <b>Итоговая аттестация (зачет)</b>                                                                                                        |                       |                       | 2                  |
| <b>ИТОГО</b>                                                                                                                              | <b>26</b>             | <b>25</b>             | <b>21</b>          |