

ОПИСАНИЕ  
КОМПЕТЕНЦИИ  
«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

**Наименование компетенции:** Интернет-маркетинг  
**Формат участия в соревновании:** индивидуальный

**Описание компетенции.**

**Интернет-маркетолог** – профессия, важность которой не подлежит сомнениям в мире, где необходимо создавать и реализовывать спрос потребителей. С появлением сети Интернет и его широчайших возможностей для рекламы и продаж практически любых товаров и услуг, представители бизнес-сообщества почувствовали потребность в конкретизации и стандартизации знаний и навыков, связанных с маркетингом в интернете.

Интернет-маркетинг, как и классический маркетинг, это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд посредством обмена. В случае интернет-маркетинга контакты пользователей в виде заявок, заказов или проявления интереса к тому или иному виду товаров и услуг, а также их деньги в виде онлайн-оплат, обмениваются на то, что они могут получить непосредственно, находясь в сети Интернет: информацию, товар или услугу.

Интернет-маркетинг является составляющей электронной коммерции. Его также называют online-маркетингом. Он может включать такие части, как интернет-интеграция, информационный менеджмент, PR, служба работы с покупателями и продажи.

Электронная коммерция и интернет-маркетинг стали популярными с расширением доступа к интернету и являют собой неотъемлемую часть любой нормальной маркетинговой кампании. Сегмент интернет-маркетинга и рекламы растёт как в потребительском секторе, о чём свидетельствует появление с каждым днем все новых интернет-магазинов, так и на рынке B2B.

Основными преимуществами интернет-маркетинга считаются интерактивность, возможность максимально точного таргетинга, возможность постклик-анализа, который ведет к максимальному повышению таких показателей как конверсия сайта и ROI интернет-рекламы.

Интернет-маркетинг включает в себя такие элементы системы как:

- медийная реклама
- контекстная реклама
- поисковый маркетинг в целом и SEO в частности
- продвижение в социальных сетях: SMO и SMM
- прямой маркетинг с использованием email, RSS и т. п.
- вирусный маркетинг
- интернет-брендинг
- email-маркетинг
- контент-маркетинг
- Programmatic (RTB)
- UXD

Кроме этого, интернет-маркетинг позволяет предприятиям и компаниям представлять себя в сети интернете по нескольким направлениям:

- как бренд,
- как работодателя,
- как партнера;
- внедрять свою корпоративную культуру,
- социальную и кадровую политику,
- свои товары, услуги и сервисы.

Среди инновационных способов продвижения продукции в Интернете выделяют следующее:

- использование нестандартных рекламных носителей (промо-игры, вирусные ролики, брендование игр);
- интернет-выставки, интернет-аукционы;
- веб-конференции (подкасты, вебкастинги, вебсеминары, трансляции, вебинары);

- системы взаимодействия с продавцами (VRM);
- продвижение сайта в социальных медиа (SMO — оптимизация под социальные медиа, SMM — маркетинг в социальных сетях, Social Ads — реклама в социальных сетях);
- мобильная реклама (mobile application — реклама в мобильных приложениях);
- дополненная реальность (AR или augmentedz reality — это системы, в которых реальный мир дополняется виртуальными объектами).

Интернет-маркетинг ассоциируется с несколькими бизнес-моделями. Основные модели: бизнес для бизнеса (B2B) и бизнес для потребителя (B2C). B2B состоит из компаний, которые делают бизнес между собой, в то время как B2C подразумевает прямые продажи конечному потребителю. Кроме этого, активно развивается модель потребитель-потребитель (C2C), где обычные пользователи интернета меняются между собой и продают товары друг другу. А также модели C2B — продавцом товара или услуги является частное лицо, а потребителем — коммерческая организация.

Особенно важными являются такие требования к интернет-маркетингу как прозрачность для потребителя и эффективность для владельца товара или услуг. Огромное количество исполнителей участвуют в реализации интернет-маркетинга: от веб-студий и SMM-агентств до фрилансеров, каждый из которых предоставляет те или иные услуги.

Сфера интернет-маркетинга демонстрирует невероятно быстрый рост: каждый год затраты компаний на продвижение и продажи в интернете растут, точно так же, как и количество подрядчиков и вакансий. Естественно, что всё это порождает необходимость появления профессиональных интернет-маркетологов, способных объединить все усилия организации по продвижению и продажам в интернете для рационального расходования средства, выделенных на продвижение, и на получение наиболее эффективности от всех каналов интернет-маркетинга.

## Нормативные правовые акты

Поскольку Описание компетенции содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей компетенции, его необходимо использовать на основании следующих документов:

ФГОС СПО:

42.02.01

42.03.01

38.02.04

42.03.05

Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу»

Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н

ГОСТ Р 7.0.97-2016 (от 01.07.2018)

*Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ*

Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции определяется профессиональной областью специалиста и базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту.

№ п/п	Виды деятельности/трудовые функции
1	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете
2	Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете
3	Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа интернета
4	Реализация стратегии поискового продвижения в интернете
5	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете
6	Реализация медийной стратегии продвижения в интернете

7	Реализация стратегии социального продвижения в интернете
8	Проведение исследований в интернете
9	Разработка стратегии продвижения в интернете
10	Управление реализацией стратегии интернет продвижения
11	Стратегическое планирование интернет-кампаний
12	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга