

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДЕНА

Ученым советом ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»
(протокол № 2 от 29.09.2020)

Председатель ученого совета – ректор
Е.Н. Макаренко



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА -
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

***«Цифровые сервисы маркетинга и управления продажами
на платформе 1С»***

72 час.

Ростов-на-Дону
2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1. Цель программы

Формирование у обучающихся компетенций цифровой экономики:

- по применению цифровых сервисов маркетинга и управления продажами;
- по применению Интернет-сервисов CRM, построенных на платформе «1С: Битрикс24»

2. Планируемые результаты обучения:

Слушатель должен приобрести следующие знания, умения и навыки, необходимые для качественного изменения компетенций:

2.1. Знание:

2.1.1. Основных функциональных возможностей блока «CRM и маркетинг» конфигурации «1С: Управление торговлей»;

2.1.2. Основных функциональных возможностей конфигурации «1С: Маркетинг. Лидогенерация»;

2.1.3. Основные функциональные возможности CRM Битрикс24.

2.2. Умение:

2.2.1. Заполнять справочники, настраивать блок «CRM и маркетинг» в конфигурации «1С: Управление торговлей»;

2.2.2. Заполнять справочники, настраивать конфигурацию «1С: Маркетинг. Лидогенерация»;

2.2.3. Заполнять справочники, настраивать CRM Битрикс24.

2.3. Навыки:

2.3.1. Создание нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий, ведение конкурентной разведки, взаимодействие с клиентами в конфигурации «1С: Управление торговлей»;

2.3.2. Создание и проведение рекламной кампании, создание списка ключевых фраз, подбор минус-слов, управление географическим таргетингом, ввод списка запрещенных IP-адресов в конфигурации «1С:Маркетинг. Лидогенерация»;

2.3.3. Создание структуры компании, добавление контактов, работа с «живой лентой», добавление лидов, рассылка предложений и счетов, ввод сделок, формирование отчета «Воронка продаж» в CRM Битрикс24.

3. Категория слушателей:

3.1. Образование: высшее или среднее профессиональное.

3.2. Квалификация: ограничения не устанавливаются.

3.3. Наличие опыта профессиональной деятельности: не требуется.

3.4. Предварительное освоение иных дисциплин: рекомендовано наличие базового уровня знаний в сфере компьютерной грамотности, а также навыков использования продуктов семейства 1С.

4. Учебный план программы «Цифровые сервисы маркетинга и управления продажами на платформе 1С»

№ п/п	Модуль	Всего, час	Виды учебных занятий		
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
	Входной контроль	2	-	-	2 (Тест)
1	Модуль 1. «1С: Управление торговлей» - цифровой инструмент системы продаж	22	10	8	4
2	Модуль 2. Цифровой маркетинг: основные понятия и инструменты	24	11	7	6
3	Модуль 3. CRM «1С: Битрикс 24»	22	8	5	9
	Итоговая аттестация	2	-	-	2 (Тест)

5. Календарный план-график реализации образовательной программы

№ п/п	Наименование учебных модулей	Трудоёмкость (час)	Сроки обучения
	Входной контроль	2	02.11.2020
1	Модуль 1. «1С: Управление торговлей» - цифровой инструмент системы продаж.	22	02.11.2020 - 05.11.2020
2	Модуль 2. Цифровой маркетинг: основные понятия и инструменты.	24	06.11.2020 - 09.11.2020
3	Модуль 3. CRM «1С: Битрикс 24»	22	10.11.2020 - 13.11.2020
	Итоговая аттестация	2	16.11.2020
Всего:		72	15 дней

6. Учебно-тематический план программы «Цифровые сервисы маркетинга и управления продажами на платформе 1С»

№ п/п	Модуль / Тема	Всего, час	Виды учебных занятий			Формы контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
	Входной контроль	2	-	-	2	Тест
1.	Модуль 1. «1С: Управление торговлей» - цифровой инструмент системы продаж	22	10	8	4	
1.1	Система управления продажами 1С:Управление торговлей 11	2	2	-	-	
1.2	CRM для управления продажами. Учет взаимодействия с клиентами. Классификация клиентов	6	2	2	2	
1.3	Маркетинговые мероприятия и каналы рекламных взаимодействий	6	2	2	2	
1.4	Планирование продаж	4	2	2	-	
1.5	Система отчетности в 1С:Управление торговлей	4	2	2	-	
2.	Модуль 2. Цифровой маркетинг: основные понятия и инструменты	24	11	7	6	
2.1	1С:Маркетинг. Лидогенерация	2	2	-	-	
2.2	Разработка рекламной кампании в Яндекс-Директ	4	1	1	2	
2.3	Система Яндекс.Маркет	2	2	-	-	
2.4	Инструменты для ведения групп ВКонтакте	4	1	1	2	
2.5	Создание и работа с рекламными кампаниями в «Google Реклама»	2	1	1	-	
2.6	Создание и работа с рекламными кампаниями в Instagram	6	2	2	2	
2.7	Система «myTarget»	2	1	1	-	
2.8	Аналитика и отчеты.	2	1	1	-	
3.	Модуль 3. CRM «1С: Битрикс 24»	22	8	5	9	
3.1	Обзор функционала сервиса «Битрикс24» для маркетинга и управления продажами	2	2	-	-	
3.2	Регистрация в Битрикс24. Создание компании и ее организационной структуры	4	1	1	2	
3.3	Раздел CRM: ввод номенклатуры товаров; ввод информации о лидах и контрагентах	4	1	1	2	

3.4	Раздел CRM: отработка сценариев взаимодействия	4	1	1	2	
3.5	Создание задач и проектов	4	1	1	2	
3.6	Внутрикорпоративное общение. Формирование аналитических отчетов	4	2	1	1	
	Итоговая аттестация	2	-	-	2	Тест
	Всего:	72	29	20	23	

Часы самостоятельной работы отводятся на самостоятельное решение практических задач, выполняемых под руководством преподавателя, связанных с разработкой контекстной рекламной кампании, с использованием технологий Интернет-маркетинга для продвижения продукта на рынок, а также с построением и управлением взаимоотношениями с клиентами в сети Интернет.

7. Учебная (рабочая) программа повышения квалификации «Цифровые сервисы маркетинга и управления продажами на платформе 1С»

Модуль 1. 1С: Управление торговлей» - цифровой инструмент системы продаж (22 час.)

Тема 1.1. Система управления продажами 1С: Управление торговлей 11. (2 час.)

Назначение и функциональность программы 1С: УТ 11. Настройка параметров учета. Направления автоматизации хозяйственной деятельности предприятия. Сервисные возможности.

Тема 1.2 CRM для управления продажами. Учет взаимодействия с клиентами. Классификация клиентов (6 час.).

CRM — это концепция управления отношениями с клиентами в условиях активной конкуренции. Регулярный сбор и анализ информации о каждом клиенте. Анализ и оценка эффективности работы с клиентами.

Самостоятельная работа по теме 1.2 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме организации учета взаимодействия с клиентами.

Тема 1.3 Маркетинговые мероприятия и каналы рекламных взаимодействий (6 час.)

Маркетинговые мероприятия в 1С: УТ 11. Методика деления партнеров на сегменты. Использование каналов рекламных воздействий в 1С.

Самостоятельная работа по теме 1.3 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме использования системы 1С в качестве маркетингового канала.

Тема 1.4 Планирование продаж (4 час.)

Сценарии планирования, виды планов, нормативы распределения планов продаж по категориям. Планирование продаж на будущие периоды на основании продаж предыдущих периодов и с учетом сезонных коэффициентов.

Тема 1.5 Система отчетности в 1С: Управление торговлей (4 час.)

Настройка и формирование отчетов. Расширенные настройки. Варианты отчетов.

Модуль 2. Цифровой маркетинг: основные понятия и инструменты (24 час.)

Тема 2.1 1С: Маркетинг. Лидогенерация (2 час.)

Термины и определения. Синхронизация и подключение аккаунтов при первом входе в 1С:Маркетинг. Лидогенерация

Тема 2.2 Разработка рекламной кампании в Яндекс-Директ (4 час.)

Создание рекламной кампании. Рекламное объявление. Подбор минус-слов. Формирование списков ключевых фраз, запрещенных IP-адресов.

Самостоятельная работа по теме 2.2 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме создания рекламной кампании в Яндекс-Директ.

Тема 2.3 Система Яндекс.Маркет (2 час.)

Синхронизация данных Яндекс.Маркета и 1С: Маркетинг. Лидогенерация. Добавление данных магазина в систему. Управление магазином.

Тема 2.4. Инструменты для ведения групп ВКонтакте (4 час.)

Инструмент «Отложенный постинг». Сокращение URL. Backup записей со стены ВКонтакте. Подбор аудитории и поиск информации ВКонтакте.

Самостоятельная работа по теме 2.4 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме настройки группы ВКонтакте для рекламной деятельности.

Тема 2.5. Создание и работа с рекламными кампаниями в «Google Реклама» (2 час.)

Основные настройки параметров РК. Работа с группами объявлений. Работа с объявлениями. Ключевые фразы

Тема 2.6. Создание и работа с рекламными кампаниями в Instagram (6 час.)

Синхронизация данных. Помощник настройки учетной записи. Постинг контента на страницу. Хештеги. Настройки по работе с динамикой и анализом активности подписчиков. работа в виде выполнения практического задания по теме занятия.

Самостоятельная работа по теме 2.6 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме настройки рекламы в Instagram.

Тема 2.7. Система «myTarget» (2 час.)

Синхронизация данных. Работа со ставками с помощью инструмента Bidder. Инструмент по созданию аудиторий.

Тема 2.8. Аналитика и отчеты. (2 час.)

«Яндекс.Метрика». Счетчики и Цели. Отчеты Яндекс.Метрика. Анализ эффективности рекламной кампании.

Модуль 3. CRM «1С: Битрикс 24» (22 час.)

Тема 3.1 Обзор функционала сервиса «Битрикс24» для маркетинга и управления продажами (2 час.)

Битрикс24: интерфейс пользователя. Технические требования к оборудованию и системному программному обеспечению. Основные функции и возможности сервиса «Битрикс24».

Тема 3.2. Регистрация в Битрикс24. Создание компании и ее организационной структуры (4 час.)

Ввод сведений о пользователе системы. Приглашение новых сотрудников. Настройка прав и ролей сотрудников.

Самостоятельная работа по теме 3.2 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме ввода начальной информации в Битрикс24.

Тема 3.3. Раздел CRM: ввод номенклатуры товаров; ввод информации о лидах и контрагентах (4 час.)

Создание номенклатурных групп. Иерархия номенклатуры. Ввод сведений о товарах. Ввод сведений о поступивших контактах (лидах). Ввод сведений о контрагентах компании.

Самостоятельная работа по теме 3.3 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме ввода сведений о товарах и услугах.

Тема 3.4. Раздел CRM: отработка сценариев взаимодействия (4 час.)

Отработка сценариев взаимодействия с клиентами, лидами по потенциальным и фактическим сделкам.

Самостоятельная работа по теме 3.4 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме способов коммуникации с лидами и клиентами.

Тема 3.5. Создание задач и проектов (4 час.)

Работа с сервисом задач. Роли сотрудников в задачах: ответственный, постановщик, соисполнитель, наблюдатель. Виды представления задач.

Самостоятельная работа по теме 3.5 (2 час.) в виде выполнения практического задания по теме ввода сотрудников и назначении их ролей.

Тема 3.6. Внутрикорпоративное общение. Формирование аналитических отчетов (4 час.)

Сервисы; Живая лента, Мой диск, Календарь, Почта. Анализ статистики по продажам. Типовые отчеты. Настройка пользовательского отчета.

Самостоятельная работа по теме 3.6 (1 час.) в виде выполнения практического задания по теме использования сервисов общения в Битрикс24.

Описание практико-ориентированных заданий и кейсов

Номер темы/модуля	Наименование практического занятия	Описание
1.1	«1С: Управление торговлей» - цифровой инструмент системы продаж	Практическая работа по конфигурации «1С: Управление торговлей 11»
		Настройка параметров учета Ввод основных сведений о торговом предприятии (организации, физических лицах, банковских счетах, кассах организации, подразделениях, складах предприятия) Ввод информации о номенклатурных позициях Ввод информации о деловых партнерах предприятия
1.2	Цифровой маркетинг: основные понятия и инструменты	Практические работы по конфигурации «1С: Маркетинг. Лидогенерация».
		Создание рекламной кампании на Яндекс-Директ. Настройка. Ввод основных сведений. Добавление списка ключевых фраз. Добавление списка минус-слов. Отчетность
1.3	CRM «1С: Битрикс 24»	Практические работы по CRM Битрикс24
		Регистрация в Битрикс24. Создание компании и ее организационной структуры.

8. Оценочные материалы по образовательной программе

8.1. Вопросы тестирования по модулям

Вопросы входного тестирования	Вопросы промежуточного тестирования	Вопросы итогового тестирования
<p>1. Укажите наиболее точное определение понятия маркетинг.</p> <p>а) Организация сбыта продукции, основанная на рекламной кампании;</p> <p>б) Организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах;</p> <p>в) Концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих аналогичные права.</p> <p>2. Изучение товаров в розничном магазине для того, чтобы потом купить его по более дешевой цене в интернет-магазине — это...</p> <p>а) Ценовой мониторинг;</p> <p>б) Шоурминг;</p> <p>в) Прайсинг.</p> <p>3. Товар по замыслу...</p> <p>а) отвечает на вопрос, что в действительности приобретает покупатель;</p> <p>б) обладает характеристиками: внешнее оформление, марочное название, упаковка;</p>	<p>Промежуточная аттестация по модулям не предусмотрена</p>	<p>1. Установите соответствие:</p> <p>а) Процесс передачи информации о товаре/услуге целевой аудитории. Маркетинговая разведка Маркетинговые коммуникации Маркетинг взаимоотношений</p> <p>б) Постоянная деятельность по сбору текущей информации об изменении внешней среды маркетинга, необходимой для разработки и корректировки маркетинговых планов. Маркетинговая разведка Маркетинговые коммуникации Маркетинг взаимоотношений</p> <p>в) Создание долгосрочных отношений между покупателем и продавцом, сохранение поддержания с клиентами устойчивых связей. Маркетинговая разведка Маркетинговые коммуникации Маркетинг взаимоотношений</p> <p>2. Установите соответствие:</p> <p>а) Данные о покупателях, их потребительском поведении и прошлых покупках, собранные в компьютере и организованные таким образом, чтобы их можно было быстро извлечь для получения необходимой информации - Ключевые клиенты Клиентский список Клиентская база данных</p>

Вопросы входного тестирования	Вопросы промежуточного тестирования	Вопросы итогового тестирования
<p>с) — это дополнительные услуги и выгоды.</p> <p>d) обладает характеристиками: качество, физические параметры, свойства.</p> <p>4. Маркетинг -микс — это...</p> <p>a) период быстрого роста объёма продаж, если товар принят рынком и спрос на него растёт;</p> <p>b) анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов;</p> <p>с) участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики;</p> <p>d) Комбинированное и координированное использование различных инструментов маркетинга.</p> <p>5. Вы находитесь в России, но вся реклама в интернете стала на французском. Почему так?</p> <p>a) Вы пользовались русско-французским переводчиком</p> <p>b) Вы добавили в друзья пару французов</p> <p>с) Вы искали рецепты французской кухни</p> <p>d) Вы были в стране, где официальный язык — французский</p> <p>6. Какой из этих сервисов нельзя использовать для интернет-аналитики?</p> <p>a) Google Analytics;</p> <p>b) Liveinternet;</p> <p>с) Yahoo Statistics;</p> <p>d) «Яндекс.Метрика».</p> <p>7. Что такое браузер?</p> <p>a) программа по выбору и настройке интернет-услуг на определенном компьютере;</p> <p>b) сервер, хранящий информацию о соединениях компьютера с интернетом;</p> <p>с) программное обеспечение, позволяющее получать, обрабатывать и отправлять информацию и файлы в сети Интернет;</p> <p>d) программа, позволяющая создать соединение между ПК и поставщиком интернет-услуг.</p> <p>8. Какой поисковой системы не существует:</p> <p>a. Mozilla Firefox</p>		<p>b) Перечень покупателей, который ведется компанией на бумаге (hardcopy) или хранится в памяти компьютера для целей дальнейшей рекламно-пропагандистской деятельности -</p> <p>Ключевые клиенты Клиентский список Клиентская база данных</p> <p>с) Наиболее привлекательные клиенты с точки зрения будущего развития компании. В маркетинге партнерских отношений ключевые клиенты рассматриваются как инвестиции в будущее.</p> <p>Ключевые клиенты Клиентский список Клиентская база данных</p> <p>3. Для ввода информации по предприятию в конфигурации "1С: Управление торговлей 11" необходимо войти в режим:</p> <p>a) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Предприятие».</p> <p>b) Выберите на панели навигации пункт «Главное». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Организации».</p> <p>с) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «НСИ» выберите ссылку «Сведения о предприятии».</p> <p>4. Представляет собой процесс стимулирования продаж товаров/услуг, включающий совершенствование продукции, определение цены, выбор и организацию каналов распределения, увеличения спроса на продукцию, включая рекламу, PR, стимулирование сбыта, личные продажи -</p> <p>a) маркетинг</p> <p>b) маркетинг взаимоотношений</p> <p>с) маркетинговая разведка</p> <p>d) маркетинговые коммуникации</p> <p>5. Зачем нужен Производственный календарь в конфигурации "1С: Управление торговлей 11"?</p> <p>a) Для предоставления клиентам графика работы предприятия.</p> <p>b) Для расчета количества работы сотрудникам, например, склада, работающим посменно.</p> <p>с) Для определения количества банковских дней и дней просрочки оплаты за товар или отгрузки товаров</p> <p>1. Выберите правильный ответ: Опция "Ручные скидки" в системе управления - это</p> <p>a) указание ручной скидки, как в документах оптовой продажи (заказ клиента, реализация товаров и услуг) и розничной</p>

Вопросы входного тестирования	Вопросы промежуточного тестирования	Вопросы итогового тестирования
<p>b. Yandex c. Bing d. Rambler</p> <p>9. Что такое хостинг? a. регистрация доменного имени для сайта; b. вывод информации сайта в поисковых системах; c. услуга по предоставлению места хранения файлов сайта на сервере; d. процесс создания дизайна сайта и размещения информации.</p> <p>10. 1С Предприятие это: a. программа; b. архив; c. учебник по бухгалтерии; b) универсальная информационная система.</p>		<p>продажи, так и при оформлении закупки товаров. b) указание ручной скидки, как в документах оптовой продажи (заказ клиента, реализация товаров и услуг) и розничной продажи. c) указание автоматической скидки, как в документах оптовой продажи (заказ клиента, реализация товаров и услуг) и розничной продажи, так и при оформлении закупки товаров.</p> <p>2. При вводе сведений о контрагентах в конфигурации "1С: Управление торговлей 11" нельзя указать тип отношений a) Клиент b) Поставщик c) Конкурент d) Прочие отношения e) Контрагент</p> <p>3. Специальные параметры (теги или переменные), которые сообщают счётчику веб-аналитики подробные сведения об источнике трафика - это a) UTM-метки b) URL-метки c) CRM-метки d) UTF-метки</p> <p>4. Какие причины проигрыша сделок можно добавлять и удалять в справочнике "Причины проигрыша сделок" в конфигурации "1С: Управление торговлей"? a) Проигрыш конкуренту b) Отказ клиента c) Отсутствие товаров</p> <p>5. «Живая лента» – это главная лента обновлений в ... a) корпоративном портале CRM «1С: Битрикс 24» b) корпоративном портале системы управления продажами 1С:Управление торговлей 11 c) корпоративном портале системы 1С: Маркетинг. Лидогенерация</p> <p>1. Укрупненный анализ торговых операций по клиентам в разделе "CRM и маркетинг" в конфигурации "1С: Управление торговлей 11" можно настроить по a) Бизнес-регионам b) по географическому таргетингу c) по Яндекс-картам</p> <p>2. Рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя - это a) ретаргетинг b) семантическое ядро c) кросс-вычитание</p>

Вопросы входного тестирования	Вопросы промежуточного тестирования	Вопросы итогового тестирования
		<p>3. Сделки с клиентами можно заключить в конфигурации:</p> <p>a) 1С: Управление торговлей 11 b) CRM Bitrix24 c) 1С: Маркетинг. Лидогенерация. d) Все ответы правильные.</p> <p>4. Образует тематику сайта, которая будет учитываться поисковыми системами - это</p> <p>a) семантическое ядро b) целевая аудитория c) кросс-минусация</p> <p>5. Лиды - это потенциальные клиенты, чьи данные получены с помощью различных методов. Лид можно зарегистрировать в конфигурации:</p> <p>a) 1С: Управление торговлей 11 в разделе "CRM и маркетинг". b) 1С: Маркетинг. Лидогенерация c) CRM Bitrix24</p> <p>6. Общий диск Битрикс24</p> <p>a) это безопасное хранение рабочих файлов в облачном хранилище данных. b) это главная лента обновлений в корпоративном портале. c) это автоматизированная система управления персоналом. d) это визуальная структура компании, иерархия подразделений и отделов.</p> <p>7. Счетчики метрики настраиваются в конфигурации:</p> <p>a) 1С: Управление торговлей 11 в разделе "CRM и маркетинг" b) 1С: Маркетинг. Лидогенерация. c) CRM Bitrix24</p> <p>8. Технология, которая позволяет проанализировать поведение посетителей на сайте и воспроизвести действия посетителей в формате видео, называется:</p> <p>a) Вебвизор b) Яндекс-метрика c) Счетчик метрики</p> <p>9. С какой целью в конфигурации "1С: Маркетинг. Лидогенерация" настраиваются запрещенные площадки?</p> <p>a) С целью исключить сайты, запрещенные законодательством РФ. b) С целью исключить площадки, которые привлекли много трафика, но не дали положительного коммерческого эффекта. c) С целью исключить площадки фирм-конкурентов.</p> <p>10. Слова или словосочетания, которые определяют, кому будет показано ваше объявление - это ...</p> <p>a) ключевые фразы. b) минус-слова. c) минус-фразы.</p>

Вопросы входного тестирования	Вопросы промежуточного тестирования	Вопросы итогового тестирования
		<p>11. На основании каких данных в конфигурации "1С: Управление торговлей 11" могут быть рассчитаны цены реализации:</p> <p>a) могут быть заданы вручную b) по данным из информационной базы c) по другим видам цен d) Все утверждения верны.</p> <p>12. Основная цель для ... – создание долгосрочных отношений между покупателем и продавцом, сохранение поддержания с клиентами устойчивых связей.</p> <p>a) маркетинга взаимоотношений b) маркетинговой разведки c) клиентской базы данных</p> <p>13. Для ограничения показа рекламы определенным пользователям по IP-адресу какое количество запрещенных IP-адресов можно внести в список на странице параметров рекламной кампании в блоке "Специальные настройки" конфигурации "1С: Маркетинг. Лидогенерация"</p> <p>a) 25 IP-адресов b) 250 IP-адресов c) неограниченное количество IP-адресов</p> <p>14. Укажите инструменты маркетолога в конфигурации "1С: Маркетинг. Лидогенерация":</p> <p>a) Поисковые подсказки b) Подбор слов c) Подбор минус-слов d) Подбор контактов</p> <p>15. В какой конфигурации возможна настройка связи с социальными сетями:</p> <p>a) "1С: Управление торговлей 11" в разделе "CRM и маркетинг" b) 1С: Маркетинг. Лидогенерация c) CRM Bitrix24 d) Все ответы правильные</p>

8.2. Описание показателей и критериев оценивания, шкалы оценивания.

Уровень продвинутый (85 – 100 баллов) Слушатель демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Слушатель ответил на все вопросы кейс-задачи

Уровень базовый (67 – 84 баллов) Слушатель демонстрирует значительное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Слушатель ответил на все вопросы кейс-задачи, но допустил незначительные неточности.

Уровень минимальный (50 – 66 баллов) Слушатель демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены. Слушатель ответил на большинство вопросов кейс-задачи.

Уровень не сформирован (0 – 49 баллов) Слушатель демонстрирует непонимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию, не выполнены. Слушатель не ответил на большинство вопросов кейс-задачи

8.3. Примеры контрольных заданий по модулям или всей образовательной программе.

Пример контрольного задания по модулю 1:

Задание 1. Произвести настройку параметров учета. Ввести основные сведения о торговом предприятии (организации, физических лицах, банковских счетах, кассах организации, подразделениях, складах предприятия).

Задание 2. Выполнить планирование продаж на будущие периоды на основании продаж предыдущих периодов и с учетом сезонных коэффициентов.

Задание 3. Выполнить ввод информации о деловых партнерах предприятия.

Пример контрольного задания по модулю 2:

Задание 1. Создание рекламной кампании на Яндекс-Директ. Настройка. Ввод основных сведений. Добавление списка ключевых фраз.

Задание 2. Создание рекламной кампании на Яндекс.Маркет. Синхронизация данных Яндекс.Маркета и 1С:Маркетинг Лидогенерация

Задание 3. Добавление данных магазина в систему. Управление магазином.

Пример контрольного задания по модулю 3:

Задание 1. Создание и работа с рекламными кампаниями в Instagram. Синхронизация данных. Помощник настройки учетной записи.

Задание 2. Аналитика и отчеты. «Яндекс.Метрика». Счетчики и Цели

Задание 3. Регистрация в Битрикс24. Создание компании и ее организационной структуры.

8.4. Тесты и обучающие задачи (кейсы), иные практикоориентированные формы заданий.

Модуль 1.

Пример тестового практического задания:

Для ввода информации по предприятию в конфигурации "1С: Управление торговлей 11" необходимо войти в режим:

а) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Предприятие».

б) Выберите на панели навигации пункт «Главное». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Организации».

в) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «НСИ» выберите ссылку «Сведения о предприятии».

Модуль 2.

Пример тестового практического задания:

Специальные параметры (теги или переменные), которые сообщают счётчику веб-аналитики подробные сведения об источнике трафика - это

- а) UTM-метки
- б) URL-метки
- в) CRM-метки
- г) UTF-метки

Модуль 2.

Пример тестового практического задания:

Общий диск Битрикс24

- а) это безопасное хранение рабочих файлов в облачном хранилище данных.
- б) это главная лента обновлений в корпоративном портале.
- в) это автоматизированная система управления персоналом.
- г) это визуальная структура компании, иерархия подразделений и отделов

8.5. Описание процедуры оценивания результатов обучения.

Практико-ориентированные задания направлены на получение навыков применения теоретических знаний для решения практических профессиональных задач. Выполнение таких заданий включает повторение изученного теоретического материала, постановку задачи, выбор способа решения задачи, подбор исходной информации для её решения, разработку алгоритма практических действий. Выполнение практико-ориентированных заданий предполагает реализацию с помощью сервиса 1С:Битрикс24.

Практические задания выполняются индивидуально.

При выполнении практических заданий следует руководствоваться следующими общими рекомендациями. Для выполнения практического задания необходимо

внимательно прочитать задание, повторить теоретический материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную; получить вариант исходных данных у преподавателя. Результаты выполнения практико-ориентированных заданий оформляются в виде текстового отчета, либо в форме презентации.

Входное и итоговое аттестационные испытания включают тестовые задания с вопросами только закрытого типа.

9. Организационно-педагогические условия реализации программы

9.1. Кадровое обеспечение программы

№ п/п	Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Место основной работы и должность, ученая степень и ученое звание (при наличии)	Ссылки на веб-страницы с портфолио (при наличии)	Фото в формате jpeg	Отметка о полученном согласии на обработку персональных данных
1	Аручиди Наталья Александровна	Доцент кафедры Информационных систем и прикладной информатики РГЭУ (РИНХ), кандидат экономических наук.	-		Согласен на обработку персональных данных
2	Данилова Татьяна Викторовна	Доцент кафедры Информационных систем и прикладной информатики РГЭУ (РИНХ), сертификат «IC:Профессионал», сертификат IC-преподавателя.	-		Согласен на обработку персональных данных

9.2. Учебно-методическое обеспечение и информационное сопровождение

Учебно-методические материалы	
Методы, формы и технологии	Методические разработки, материалы курса, учебная литература
- лекции в форме вебинаров - решение практических задач - проектная работа	1. Духонин Е.Ю., Исаев Д.В., Мостовой Е.Л. и др. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management, Альпина-Паблицер, 2012 г. ЭБС: Альпина Паблицер http://www.lib.alpinabook.ru/it/ 2. Системы управления эффективностью бизнеса: Учеб. пособие / Н.М. Абдикеев; Под науч. ред. Н.М. Абдикеева, О.В. Китовой. - М.: ИНФРАМ, 2010. ЭБС: Znanium.ru 3. Белов В.С. Информационно-аналитические системы. М.: Евразийский открытый университет, 2010 ЭБС: book.ru 4. М. Арутюнян, Н. Ермошкин, С. Карминский и др. Демистификация ИТ: Что на самом деле информационные технологии дают бизнесу, АльпинаПаблицер, 2014. 5. Аллан Расселл, Глория Миллер, Джим Дэвис Информационная революция: Путь к корпоративному разуму, Альпина-Паблицер, 2014

Информационное сопровождение	
Электронные образовательные ресурсы	Электронные информационные ресурсы
<p>Электронный учебно-методический комплекс образовательной программы размещен на портале электронного обучения РГЭУ (РИНХ)– Режим доступа: https://do.rsue.ru</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Федеральная служба государственной статистики: http://www.gks.ru/ 2. База данных СПАРК. 3. Центральный банк Российской Федерации: http://www.cbr.ru 4. Министерство экономического развития Российской Федерации (открытые данные): http://economy.gov.ru/opendata/ 5. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР): 1. https://data.oecd.org/.

9.3. Материально-технические условия реализации программы

Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Лекция	ПЭВМ под управлением операционной системы Microsoft Windows, Linux либо MacOS с установленным веб-браузером (Google Chrome/Mozilla Firefox/Safari/Opera/Яндекс. Браузер/Atom), программа для видеоконференций Zoom.
Практическое занятие	
Самостоятельная работа	

III. Паспорт компетенций (Приложение 2)

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ

Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Цифровые сервисы маркетинга и управления продажами на платформе 1С»

1.	Наименование компетенции	способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии; применение Интернет-сервисов CRM, построенных на платформе «1С»»	
2.	Указание типа компетенции	профессиональная	
3.	Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции	<p>Под компетенцией понимается способность использовать современные сервисы маркетинга и управления продажами на платформе 1С Битрикс24.</p> <p>Слушатель должен:</p> <p>Знать:</p> <p>- основные функциональные возможности CRM Битрикс24, принципы настройки и работы с этими инструментами;</p> <p>Уметь:</p> <p>производить начальную настройку, заполнять основные справочники, формировать структуру предприятия, оформлять документы, формировать аналитическую отчетность;</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками работы с инструментами управления клиентами, оформлением сделок, управлением структурой предприятия, аналитического анализа деятельности</p>	
4.	Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням	Уровни сформированности компетенции обучающегося	Индикаторы
		Начальный уровень	<p>- знает основные приемы работы с CRM Битрикс24</p> <p>- умеет ориентироваться в основных блоках программ;</p> <p>- владеет общими приемами работы с программным обеспечением.</p>
		Базовый уровень	<p>- знает первоначальную настройку,</p> <p>- умеет заполнять справочники в конфигурациях CRM Битрикс24;</p> <p>- владеет приемами создания структуры предприятия в CRM Битрикс 24</p>
		Продвинутый	<p>-знает приемы создания нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий в конфигурации «CRM Битрикс24»;</p> <p>-умеет создавать и проводить рекламную кампанию, создавать из списка ключевых фраз, подбор минус-слов в конфигурации «CRM Битрикс24»;</p> <p>- владеет приемами создания структуры компании, добавление контактов, работа с «живой лентой», добавление лидов, в CRM Битрикс24.</p>
		Профессиональный	- знает технологию создания нового вида цен, создание и настройка карт лояльности,

		создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий, ведение конкурентной разведки, взаимодействие с клиентами в конфигурации CRM Битрикс24 -умеет осуществлять создание и проведение рекламной кампании, создание списка ключевых фраз, подбор минус-слов, управление географическим таргетингом, ввод списка запрещенных IP-адресов в конфигурации «CRM Битрикс24»; -владеет навыками создания структуры компании, добавление контактов, работа с «живой лентой», добавление лидов, рассылка предложений и счетов, ввод сделок, формирование отчета «Воронка продаж» в CRMБитрикс2
5.	Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции	
6.	Средства и технологии оценки	практические задания

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИЙ

программы повышения квалификации «Цифровые сервисы маркетинга и управления продажами на платформе 1С»

1.	Наименование компетенции	способность проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ; применение цифровых сервисов маркетинга и управления продажами в конфигурации «1С: Управление торговлей»	
2.	Указание типа компетенции	профессиональная	
3.	Определение, содержание и основные существенные характеристики компетенции	<p>Под компетенцией понимается способность проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ и применять цифровые сервисы маркетинга и управления продажами в конфигурации «1С:Управление торговлей» .</p> <p>Слушатель должен:</p> <p>Знать: - основные функциональные возможности конфигурации «1С:Управление торговлей», принципы настройки цифровых сервисов маркетинга и работы с этими инструментами;</p> <p>Уметь: производить начальную настройку, заполнять основные справочники, формировать структуру предприятия, оформлять документы, формировать аналитическую отчетность;</p> <p>Владеть: навыками работы с инструментами управления клиентами, оформлением сделок, управлением структурой предприятия, аналитического анализа деятельности</p>	
4.	Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням	Уровни сформированности компетенции обучающегося	Индикаторы

		Начальный уровень	- знает основные приемы работы с «1С:Управление торговлей» - умеет ориентироваться в основных блоках программ; - владеет общими приемами работы с программным обеспечением.
		Базовый уровень	- знает первоначальную настройку, - умеет заполнять справочники в конфигурациях «1С:Управление торговлей»;; -владеет приемами создания структуры предприятия в 1С:Управление торговлей
		Продвинутый	-знает Приемы создания нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий в конфигурации «1С:Управление торговлей»; -умеет создавать и проводить рекламную кампанию, в конфигурации «1С:Управление торговлей»; -владеет Приемами создания структуры компании, добавление контактов,
		Профессиональный	-знает технологию создания нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий, ведение конкурентной разведки, взаимодействие с клиентами в конфигурации «1С:Управление торговлей»; -умеет осуществлять создание и проведение рекламной кампании, конфигурации «1С:Управление торговлей»; -владеет навыками создания структуры компании, добавление контактов, конфигурации «1С:Управление торговлей»;
5.	Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции		
6.	Средства и технологии оценки	практические задания	

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИЙ

программы повышения квалификации «Цифровые сервисы маркетинга и управления продажами на платформе 1С»

1.	Наименование компетенции	способность управлять инновационной и предпринимательской деятельностью в сфере ИКТ; применение цифровых сервисов маркетинга в конфигурации «1С: Маркетинг. Лидогенерация»
2.	Указание типа компетенции	профессиональная
3.	Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции	Под компетенцией понимается способность проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ и применять цифровые сервисы маркетинга и управления продажами в конфигурации «1С:Маркетинг. Лидогенерация» . Слушатель должен:

		<p>Знать: - основные функциональные возможности конфигурации «1С:Маркетинг. Лидогенерация», принципы настройки цифровых сервисов маркетинга и работы с этими инструментами;</p> <p>Уметь: производить начальную настройку, заполнять основные справочники, формировать структуру предприятия, оформлять документы, формировать аналитическую отчетность;</p> <p>Владеть: навыками работы с инструментами управления клиентами, оформлением сделок, управлением структурой предприятия, аналитического анализа деятельности</p>	
4.	Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням	Уровни сформированности компетенции обучающегося	Индикаторы
		Начальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> - знает основные приемы работы с «1С:Маркетинг. Лидогенерация»- - умеет ориентироваться в основных блоках программ; - владеет общими приемами работы с программным обеспечением.
		Базовый уровень	<ul style="list-style-type: none"> - знает первоначальную настройку, - умеет заполнять справочники в конфигурациях «1С:Маркетинг. Лидогенерация»; -владеет приемами создания структуры предприятия в «1С:Маркетинг. Лидогенерация»;
		Продвинутый	<ul style="list-style-type: none"> -знает приемы создания нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий в конфигурации «1С:Маркетинг. Лидогенерация»; -умеет создавать и проводить рекламную кампанию, создавать из списка ключевых фраз, подбор минус-слов в конфигурации «1С:Маркетинг. Лидогенерация»; -владеет приемами создания структуры компании, добавление контактов, «1С:Маркетинг. Лидогенерация».
		Профессиональный	<ul style="list-style-type: none"> -знает технологию создания нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий, ведение конкурентной разведки, взаимодействие с клиентами в конфигурации «1С:Маркетинг. Лидогенерация»;; -умеет осуществлять создание и проведение рекламной кампании, создание списка ключевых фраз, подбор минус-слов, управление географическим таргетингом, ввод списка запрещенных IP-адресов в конфигурации «1С:Маркетинг. Лидогенерация»; -владеет навыками создания структуры компании, добавление контактов, «1С:Маркетинг. Лидогенерация»;

5.	Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции	
6.	Средства и технологии оценки	практические задания

VI. Иная информация о качестве и востребованности образовательной программы

- программа была успешно реализована в рамках программы персональных цифровых сертификатов весной 2020 г.

V. Рекомендаций к программе от работодателей: Имеются рекомендательные письма ООО «НПП «ОПТИМИСТ», ООО «Научно-исследовательский центр «Экономики, математики и менеджмента».

VI. Указание на возможные сценарии профессиональной траектории граждан по итогам освоения образовательной программы

Текущий статус	Цель
освоение смежных профессиональных областей	повышение уровня дохода, расширение профессиональной деятельности
работающий по найму в организации, на предприятии	развитие профессиональных качеств
	повышение заработной платы

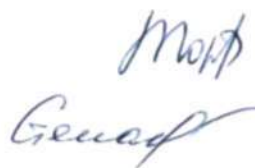
VII. Дополнительная информация - отсутствует

VIII. Приложенные Скан-копии - Утвержденная образовательная программа

СОГЛАСОВАНО:

Проректор
по развитию образовательных программ

Директор Бизнес-школы



Т.В. Торопова

О.Н. Степаненко