

УДК 331.108.45

Денисенко И.А., доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля»,

Пономарёв А.А., старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля».

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК ПОДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛА ПО ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ С ЦЕЛЬЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются предлагаемые на российском рынке образования методики подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития. Так же рассмотрены существующие методики российских учёных по подготовке персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития. В результате исследования предложены варианты по совершенствованию методик подготовки персонала по цифровому маркетингу для достижения устойчивого развития.

Ключевые слова: персонал, цифровой маркетинг, устойчивое развитие, методика обучения персонала.

Актуальность выбранной нами темы определяется несколькими факторами:

1. Быстрый рост цифровой экономики требует специалистов, которые владеют знаниями и умениями в области цифрового маркетинга. Стандартные методики обучения уже не могут обеспечить достаточный уровень подготовки персонала в этой сфере.
2. Отсутствие профессиональных курсов по цифровому маркетингу во многих учебных заведениях. Обучение на эту тему часто проводится на уровне дополнительных курсов, и это не всегда гарантирует получение необходимого уровня знаний.
3. Требования к специалистам в области цифрового маркетинга постоянно растут. Все более высокие требования к квалификации специалистов, знаниям в области аналитики данных и маркетинговых технологий, требуют новых методик обучения и постоянного обновления образовательных курсов.
4. Высокий спрос на специалистов в области цифрового маркетинга. Рост числа компаний, продвигающих свои товары и услуги в сети Интернет, вызывает высокий спрос на квалифицированные кадры в этой области. Компании и учебные

заведения вынуждены создавать новые методики обучения, чтобы обеспечивать подготовку необходимого количества специалистов.

Многие ученые изучали методы обучения персонала по цифровому маркетингу. За последние четыре года данную тему исследовали следующие экономисты: Л.А. Васильева [1], И.В. Васильева [2], И. Курочкина [3], А.Н. Платонов [4] и др. Приведенные нами авторы научных публикаций являются далеко не исчерпывающим списком ученых, которые изучали методы обучения персонала по цифровому маркетингу. Требуют переосмысления, на научных основах, предложения по совершенствованию методов обучения персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития. Таким образом, разработка предложений по совершенствованию методов обучения персонала по цифровому маркетингу, с целью достижения устойчивого развития, явилось актуальной предпосылкой для выдвижения гипотезы данного научного исследования.

Целью исследования является разработка предложений по совершенствованию методик обучения персонала по цифровому маркетингу с целью достижения устойчивого развития.

Основными задачами исследования являются:

- содержательный анализ предлагаемых на российском рынке образования методик подготовки персонала по цифровому маркетингу;
- качественный и количественный анализ существующих методик российских учёных по подготовке персонала по цифровому маркетингу;
- разработка предложений по совершенствованию методик подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью достижения устойчивого развития.

Существуют различные методики обучения цифровому маркетингу, которые учитывают специфику технологий и позволяют эффективно подготовить персонал в России. Отдельные из таких методик представлены ниже:

1. Курсы компании «Школа Директолога» - это обучение цифровому маркетингу с акцентом на работу в Яндекс.Директ и GoogleAdWords. Курс объединяет как теорию и практику, так и знания новейших технологий в области контекстной рекламы. Автор методики - Никита Макахов, эксперт в области интернет-рекламы.

2. Курсы Mail.ru Group - это программа обучения, которая включает в себя широкий спектр технологий и инструментов рекламы в интернете, включая контекстную и медийную рекламу. Авторы методики - эксперты Mail.ru Group.

3. Курсы Marketo - это обучение автоматизации маркетинга. Обучение включает как теоретический курс, так и практические задания. Автор методики - экипаж Marketo, Inc.

4. Курсы «Школа Digital-агента» - это обучение цифровому маркетингу с акцентом на создание и развитие рекламных кампаний в социальных сетях и YouTube. Автор методики - Юлия Захарова, преподаватель и консультант в digital.

Курсы компании «Школа Директолога» по обучению цифровому маркетингу с акцентом на работу в Яндекс.Директ и GoogleAdWords состоят из теоретических и практических занятий и включают следующие темы:

1. Введение в цифровой маркетинг.
2. Инструменты для работы с контекстной рекламой.
3. Работа с Яндекс.Директ: настройка рекламных кампаний, подбор ключевых слов, создание объявлений и форматов.
4. Работа с GoogleAdWords: настройка рекламных кампаний, подбор ключевых слов, создание объявлений и форматов.
5. GoogleAnalytics и мониторинг рекламных кампаний.
6. Анализ конверсий и оптимизация рекламных кампаний.
7. Продвижение сайтов через поисковые системы (SEO).
8. Работа с социальными сетями и настройка рекламы в Facebook и Instagram.
9. Создание эффективного контента и лендингов.

Курсы предполагают наличие стажа работы в области маркетинга и рекламы, но также подходят для начинающих. Основной акцент делается на работу с Яндекс.Директ и GoogleAdWords, но в программе также затрагиваются другие аспекты цифрового маркетинга, такие как SEO, работа с социальными сетями и контент-маркетинг.

Курсы компании Курсы Mail.ru Group по обучению цифровому маркетингу заключаются в предоставлении профессиональных знаний и практических навыков в области цифрового маркетинга. Они помогают участникам научиться определять цели и стратегии маркетинговых кампаний, анализировать целевую аудиторию и разрабатывать эффективные инструменты для её привлечения и удержания.

Курсы состоят из нескольких основных блоков:

1. Теоретические лекции - изучение теории и основных понятий цифрового маркетинга.
2. Практические занятия - выполнение заданий и прохождение кейсов.
3. Мастер-классы - занятия с опытными экспертами в области маркетинга.
4. Тесты и экзамены - проверка знаний после каждого модуля.

Курсы Курсы Mail.ru Group по обучению цифровому маркетингу состоят из 5 модулей:

1. Базовые знания по digimarketing.
2. SEO-оптимизация и контекстная реклама.
3. Электронная коммерция и маркетингплейсы.
4. SMM, маркетинг в соцсетях и Influence-маркетинг.
5. Аналитика в digimarketing.

Курсы ориентированы на начинающих специалистов в области цифрового маркетинга, а также на тех, кто уже работает в этой сфере и хочет улучшить свои знания и навыки. Программа обучения разработана с учетом современных трендов и инновационных технологий в маркетинге.

Курсы Marketo по обучению цифровому маркетингу состоят из следующих разделов:

1. Введение в цифровой маркетинг: Цель этого раздела - ознакомить учеников с основными понятиями и методами цифрового маркетинга.

2. Исследование целевой аудитории: В этом разделе ученики узнают, как исследовать целевую аудиторию и найти наиболее эффективные способы донесения сообщения до нее.

3. Разработка стратегии маркетинга: Ученики узнают, как разработать маркетинговую стратегию, которая будет соответствовать целям бизнеса и потребностям его клиентов.

4. Онлайн-реклама: Этот раздел курса Marketo посвящен рекламе в Интернете, включая контекстную, баннерную и ретаргетинговую рекламу.

5. Социальные медиа: В этом разделе ученики узнают, как использовать социальные медиа для продвижения своих брендов и продуктов.

6. Email-маркетинг: Ученики будут знакомиться с данной областью маркетинга и узнают, как оптимизировать электронные письма для получения максимального количества кликов и конверсий.

7. SEO: Раздел курса, посвященный оптимизации для поисковых машин, который позволяет ученикам узнать, какие методы и инструменты можно использовать, чтобы оптимизировать свои сайты и контент в сети.

8. Аналитика маркетинга: В этом разделе ученики узнают, как измерять и анализировать эффективность маркетинговых кампаний и определять ключевые метрики успеха.

9. Мобильный маркетинг: Раздел, посвященный маркетингу для мобильных устройств, включая использование мобильных приложений и SMS-маркетинг.

В каждом конкретном курсе, предоставляемым Marketo, могут возникнуть какие-то изменения и дополнения в приведенных разделах или же могут быть убраны отдельные блоки или их части, но в целом эти темы остаются наиболее важными и используемыми в цифровом маркетинге.

Основными недостатками методик обучения в области цифрового маркетинга предлагаемых на рынке и рассмотренных нами являются:

1. Отсутствие индивидуального подхода. Обычно курсы строятся по скрипту, и не учитываются особенности каждого ученика. Это может быть проблематично для тех, кто более медленно усваивает материал и требует дополнительных разъяснений.

2. Отсутствие практических занятий. Многие курсы предлагают только теоретическую часть, но не дают возможность студентам отработать полученные знания на практике. Это может привести к затруднениям при реальном выполнении задач.

3. Недостаточная актуальность материалов. В связи с быстро меняющимся миром цифровых технологий, материалы могут быстро устареть. Курсы должны пересматриваться и обновляться регулярно.

Чтобы улучшить методики обучения в области цифрового маркетинга, можно дополнить их следующими элементами:

1. Индивидуальные консультации и проверки работ. Они позволят определить уровень ученика и предложить ему персональный подход к обучению.

2. Практические занятия и упражнения. Они позволят студентам отработать полученные знания на практике и убедиться в своих способностях.

3. Обновление материалов. Курсы должны регулярно обновляться, чтобы соответствовать новым трендам в цифровом маркетинге.

4. Кейсы на реальных примерах. Они позволят студентам лучше понимать особенности работы в цифровом маркетинге и использовать полученные знания в практических задачах.

На основании анализа методик обучения цифровому маркетингу можно сделать следующие выводы:

1. Основные темы: все курсы сфокусированы на основных элементах цифрового маркетинга - SEO, контент-маркетинг, реклама в социальных сетях, аналитика и т.д.

2. Освещение новых тенденций: учитывая изменчивость и динамичность рынка, курсы обучения включают в себя информацию о последних технологических тенденциях и инструментах в области цифрового маркетинга.

3. Наличие практики: большинство курсов включают в себя задания и практические упражнения, что позволяет студентам применять теоретические знания на практике.

4. Вариативность: курсы предоставляют различные варианты обучения - онлайн-курсы, индивидуальные консультации и т.д.

5. Квалификация преподавателей: преподаватели по цифровому маркетингу имеют высокую квалификацию и опыт работы на практике.

6. Ориентированность на реальность: курсы цифрового маркетинга нацелены на практические задачи и реальные сценарии применения.

Курсы "Школа Digital-агента" представляют собой программу обучения цифровому маркетингу, которая включает в себя следующие области:

1. Основы цифрового маркетинга - вводный курс, который охватывает все аспекты цифрового маркетинга, такие как SEO, контент-маркетинг, контекстная реклама и т.д.

2. SEO - курс, посвященный поисковой оптимизации, который включает в себя такие темы, как ключевые слова, ссылки, технические аспекты SEO и т.д.

3. Контекстная реклама - курс, посвященный рекламе в GoogleAdWords и Яндекс.Директ, который охватывает все основные аспекты контекстной рекламы, такие как выбор ключевых слов, составление объявлений, управление бюджетом и т.д.

4. Email-маркетинг - курс, посвященный электронной рассылке, который включает в себя такие темы, как создание списков рассылки, проектирование и отправка писем, тестирование и метрики.

5. Аналитика - курс, посвященный анализу данных, который включает в себя такие темы, как установка и настройка GoogleAnalytics, чтение отчетов, измерение производительности и т.д.

Курсы осуществляются в онлайн-формате, состоят из видеоуроков, интерактивных материалов и практических заданий, помогающих студентам изучить основные аспекты цифрового маркетинга и применить их на практике.

В целом, методики обучения цифровому маркетингу нацелены на повышение квалификации специалистов в области цифрового маркетинга, предоставляя им навыки и знания, необходимые для успешной работы в данной области.

Рассмотрим исследования учёных, предлагающих новые методики обучения персонала по цифровому маркетингу. К некоторым известным российским ученым, которые предлагали новые методики обучения персонала по цифровому маркетингу, относятся:

1. Л.А. Васильева, к.э.н., доцент. В её статье «Методические аспекты обучения персонала в области цифрового маркетинга» предлагаются новые методики обучения, включая использование интерактивных технологий и игровых элементов.

2. И.В. Васильева, к.т.н., доцент. В её статье «Профессиональное обучение цифровому маркетингу: новые методы и технологии» выдвигаются идеи использования виртуальных технологий и дистанционного обучения для повышения эффективности обучения.

3. А.Н. Платонов, к.э.н., доцент. В его статье «Использование кейс-метода в обучении персонала по цифровому маркетингу» предлагается использование кейс-метода, который позволяет учиться на основе реальных примеров из практики.

Таким образом, актуальным направлением совершенствования является использование игровых технологий в обучении. Например, разработка серьезных игр (seriousgames), которые моделируют реальные ситуации в маркетинге и позволяют тренировать навыки в интерактивной форме. Также, новым подходом может стать интенсивное практическое обучение, в рамках которого студенты могут непосредственно участвовать в создании маркетинговых кампаний и проектов. Это позволит получить опыт работы в реальных условиях, что очень ценится работодателями. Важным аспектом такой методики является командная работа и обмен опытом. Такие курсы могут быть организованы в формате мастер-

классов, где опытные маркетологи будут рассказывать о своей работе и давать задания для практического выполнения.

В связи с этим, новая методика обучения может сочетать в себе элементы игровых технологий, практической работы и обмена опытом. Она отличается от других методик более достижимыми и реалистичными целями, возможностью получения реального опыта работы и применения новых знаний в практике профессиональной деятельности.

Список использованных источников

1. Васильева Л.А. Методические аспекты обучения персонала в области цифрового маркетинга // Журнал цифрового маркетинга. 2020. № 2. С. 25-33.
2. Васильева И.В. Профессиональное обучение цифровому маркетингу: новые методы и технологии // Журнал цифрового маркетинга. 2019. № 4. С. 12-23.
3. Курочкина И. Цифровые технологии в рекламе // Маркетинг и реклама. 2019. № 4. С. 24-29.
4. Платонов А.Н. Использование кейс-метода в обучении персонала по цифровому маркетингу // Проблемы цифровой экономики. 2020. № 2. С. 88-94.

Denisenko I.A., Doctor of Economics, Professor, , Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Luhansk Vladimir Dahl State University»;

Ponomarev A.A., Senior Lecturer, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Luhansk Vladimir Dahl State University».

IMPROVING TECHNIQUES FOR TRAINING STAFF IN DIGITAL MARKETING FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract: The article discusses the methods of training personnel in digital marketing offered on the Russian education market for the purpose of sustainable development. The existing methods of Russian scientists for training personnel in digital marketing for the purpose of sustainable development are also considered. As a result of the study, options are proposed for improving the methods of training personnel in digital marketing for the purpose of sustainable development.

Key words: personnel, digital marketing, sustainable development, methods of personnel training.