

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ**  
краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Красноярский технологический техникум пищевой промышленности»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор КГБПОУ «Красноярский  
технологический техникум пищевой  
промышленности»  
О.В. Юдина  
2019 г.



**Основная программа профессионального обучения  
по профессии (должности) 20032 Агент рекламный**

(повышение квалификации)

Красноярск 2019 г.

## 1. Цели реализации программы

Программа профессиональной подготовки по профессиям рабочих, должностям служащих направлена на обучение лиц, ранее не имевших профессии рабочего или должности служащего, с учетом спецификации стандарта Ворлскиллс по компетенции «Интернет-маркетинг».

## 2. Требования к результатам обучения. Планируемые результаты обучения

2.1 Характеристика нового вида профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации:

Программа разработана в соответствии со:

– спецификацией стандарта компетенции «Интернет-маркетинг» (WorldSkills Standards Specifications) от 2017 г.;

– приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 02.07.2013 № 513 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение».

2.2 Требования к результатам освоения программы.

В результате освоения программы слушатель должен

### знать:

- основные термины и понятия Social Media Marketing
- понятия персонального бренда
- понятия корпоративной этики и корпоративного бренда
- маркетинговые стратегии
- бюджетирование проектов
- коммерческий и контентный SMM
- подбор команды для реализации проекта
- взаимодействие с командой
- выбор тем и площадок для продвижения
- оформление страниц/групп в соцсетях
- управление страницами и группами в соцсетях
- плохой-хороший текст: как отличить, как написать, какой формат текста выбрать

## 3. Содержание программы

Категория слушателей: лица, имеющие профессии рабочего или должности служащего.

Трудоемкость обучения: 72 академических часа.

Форма обучения: очная.

### 3.2. Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, ак. час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практ. занятия	промеж. и итог. контроль	
1	2	3	4	5	6	7
I	<b>Теоретическое обучение</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>8</b>		
1.	<i>Современные профессиональные технологии</i>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		
2.	<i>Общепрофессиональный курс</i>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		
2.1	Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции WSSS «Интернет маркетинг»	<b>2</b>	<b>2</b>			
2.2	Требования охраны труда и техники безопасности	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		

3.	<b>Специальный курс</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>		
3.1	Основы интернет-маркетинга	4	2	2		
3.2	Что такое социальные сети и зачем они нужны.	4	2	2		
3.3	Реальный SMM	2	2			
II	<b>Практическое (производственное) обучение</b>	<b>40</b>		<b>38</b>	<b>2</b>	<b>Зачет</b>
III	<b>Квалификационный экзамен: - проверка теоретических знаний; - практическая квалификационная работа (демонстрационный экзамен)</b>	<b>8</b>			<b>8</b>	<b>Тест, ДЭ</b>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>46</b>	<b>10</b>	

### 3.3. Учебная программа

#### РАЗДЕЛ 1 Современные профессиональные технологии

Тема 1.1 История развития цифровой грамотности населения. Примеры применения.

В данной теме разбираются основные вопросы, связанные с историей развития цифрового пространства и цифровой грамотности населения.

Тема 1.1.1 Примеры применения

Тема раскрывает вопросы применения цифровой грамотности населения в различных отраслях. Основные технологии, используемые при работе в цифровом пространстве.

Тема 1.2. Цифровая грамотность. Цифровая компетентность. Безопасное поведение в сети Интернет

Тема содержит в себе основную информацию о понятии цифровой грамотности, цифровой компетентности и цифровой безопасности.

Тема 1.2.1 Обзор цифровых компетенций и правил поведения в сети Интернет. Данная тема посвящена обзору цифровых компетенций, применяемых в современной сети Интернет. Способам и видам коммуникации в сети. Правила хорошего тона в Интернете. Что делать и чего не делать в сети

#### РАЗДЕЛ 2 Общеотраслевой курс

Тема 2.1. Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции WSSS «Интернет маркетинг»

В данной теме рассматривается движение WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции WSSS «Интернет маркетинг».

Тема 2.1.1 История, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы») как инструмента развития профессиональных сообществ и систем подготовки кадров. Данная тема рассматривает историю движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия, перспективы развития. Что означает стандарт компетенции WSSS «Интернет маркетинг».

Тема 2.1.2 Актуальное техническое описание по компетенции. Спецификация стандарта Ворлдскиллс по компетенции. Данная тема о нахождении актуальной технической документации, документации с Национального чемпионата профессионального мастерства «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) 2018 по «Интернет маркетингу» Основной пакет документов, сопровождающих каждый конкурс или демонстрационный экзамен, структура и назначение каждого из этих документов. Значение кодекса этики. Знакомство со структурой задания, основными методами работы, тематикой и техникой выполнения. Знакомство с критериями оценивания. Объективные критерии.

#### РАЗДЕЛ 3 Специальный курс

Тема 3.1. Основы интернет-маркетинга

Данная тема включает в себя информацию об основных терминах и ключевых понятиях в интернет-маркетинге и SMM. Компетенции интернет-маркетолога. Компетенции SMM-менеджера.

Тема 3.1.1 Что такое Social Media Marketing

Тема содержит основные термины и понятия в Social Media Marketing. Раскрывает задачи, которые решает Social Media Marketing.

Тема 3.1.2 Компетенции SMM-специалиста Команда SMM-маркетолога.

Данная тема дает понятие о том, что входит в компетенции smm-менеджера, как подбирать команду, как контролировать сотрудников, штат или аутсорсинг. Отчетность.

Тема 3.1.3 SMM-стратегия и ее реализация Коммерческий и контентный SMM

Данная тема раскрывает вопросы, как создается smm-стратегия, основные пункты, особенности, необходимость. Ежедневные работы по внедрению стратегии. Отличия коммерческого и контентного smm. Отработка навыков по написанию стратегии.

Тема 3.2 Что такое социальные сети и зачем они нужны.

В данной теме рассматриваются вопросы истории и видов социальных сетей. Знакомство с основными соцсетями. Как и для чего можно использовать. Отличие и сходство.

Тема 3.2.1 Особенности социальных сетей. Аккаунты. Группы. Страницы.

Тема содержит описание особенностей социальных сетей. Разбор специфики социальных сетей, особенности, поведенческие нюансы аудиторий. Чем отличаются аккаунты от групп, группы от страниц. Преимущества тех и других. Как определить, что нужно в конкретном случае.

Тема 3.2.2 Коммерческие возможности социальных сетей. Лидеры общественного мнения. Блогеры.

Данная рассматривает, какие коммерческие возможности есть у социальных сетей. Как рассчитать рекламные кампании, как рассчитать доходность Лидеры общественного мнения. Кто такие ЛОМы, чем они отличаются от блогеров, зачем нужно с ними сотрудничать. Кто такие блогеры.

Тема 3.2.3 Персональный бренд. Личные аккаунты в социальных сетях

Данная тема раскрывает, из чего складывается персональный бренд в социальных сетях. Самопрезентация и образ Я. Что такое личный бренд. Как им управлять. Что может повредить персональному бренду. Как найти свою индивидуальность и не затеряться в сети. Оформление персональных страниц и личных аккаунтов. Как дружить в сети: знакомства и незнакомцы. Троллинг. Кибербуллинг. Пробуем разработать свой персональный бренд.

Тема 3.2.4 Как вести личные аккаунты. От личного аккаунта к SMM-маркетингу

Данная тема знакомит, где взять темы для своих постов. Контент, подача, оформление, правила написания текстов для соцсетей. Что такое копирайтинг. Виды комментариев и как с ними работать. Как оформлять и вести страницы в соцсетях, подбирать контент, искать темы для постов. Виды текстов для соцсетей. Контент-план. Отработка навыков по ведению собственной страницы, написанию постов и контент-планов.

Тема 3.3 Реальный SMM

Тема 3.3.1 Продвижение в соцсетях.

Тема содержит информацию о том, как вести страницу/группу бренда или компании в соцсетях. Правила хорошего тона.

Тема 3.3.2 Ведение групп/страниц в соцсетях

Данная тема знакомит с основными принципами работы с комментариями в группе и на странице.

Тема 3.3.3 Реклама в соцсетях.

Данная тема рассматривает особенности рекламы в соцсетях.

Тема 3.3.4 Рекламные кабинеты соцсетей Копирайтинг

Данная тема раскрывает, как устроены рекламные кабинеты социальных сетей. Особенности. Секреты хорошего текста. Как преподнести и продать свой продукт.

Написание постов для соцсетей и рекламных объявлений. Продающие тексты для лендингов. Введение в копирайтинг: виды постов в социальных сетях. Вирусный контент. Как оформлять посты, чтобы их лайкали. Контент-план — что за зверь, зачем нужен, как писать и почему он нужен. Пишем контент-план.

### 3.4. Календарный учебный график (порядок освоения разделов, дисциплин)

Период (дни, недели)*	Наименование раздела, модуля
1 неделя	Экономический курс Общепромышленный курс Специальный курс
2 неделя	Практическое (производственное) обучение
3 неделя	Квалификационный экзамен
* Точный порядок реализации разделов, модулей (дисциплин) обучения определяется в расписании занятий.	

## 4. Организационно-педагогические условия реализации программы

### 4.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Аудитория	Лекции	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска, флипчарт
Лаборатория, компьютерный класс	Лабораторные и практические занятия, тестирование, демонстрационный экзамен	Оборудование, оснащение рабочих мест, инструменты и расходные материалы – в соответствии с инфраструктурным листом по компетенции Ворлдскиллс

### 4.2. Учебно-методическое обеспечение программы

- техническая документация по компетенции;
- конкурсные задания чемпионатов;
- задание демонстрационного экзамена по компетенции.
- Официальный сайт оператора международного некоммерческого движения WorldSkills International - Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» (электронный ресурс) режим доступа: <https://worldskills.ru>;
- Единая система актуальных требований Ворлдскиллс (электронный ресурс) режим доступа: <https://esat.worldskills.ru>.
- 

### 4.3. Кадровые условия реализации программы

Количество ППС, привлеченных для реализации программы профессионального обучения преподавателей (мастеров производственного обучения) 1 чел. -

Данные ППС, привлеченных для реализации программы

№ п/п	ФИО	Статус в экспертном сообществе Ворлдскиллс	Должность
1.	Нерушкина Наталья Викторовна	Эксперт с правом проведения чемпионата по стандартам Ворлдскиллс Сертифицированный эксперт-мастер Ворлдскиллс по компетенции «Интернет маркетинг»	Преподаватель

## 5. Оценка качества освоения программы

Промежуточная аттестация по программе предназначена для оценки освоения слушателем модулей (разделов, дисциплин) программы и проводится в виде зачетов и (или) экзаменов. По результатам любого из видов итоговых промежуточных испытаний, выставляются отметки по двухбалльной («удовлетворительно» («зачтено»), «неудовлетворительно» («не зачтено») или четырех балльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Итоговая аттестация проводится в форме квалификационного экзамена, который включает в себя практическую квалификационную работу (демонстрационный экзамен, КОД № 1.2) и проверку теоретических знаний (тестирование)

Модули и время сведены в таблице 1

Таблица 1.

№ п/п	Наименование модуля	Максимальный балл	Время на выполнение
1	Модуль 2: (часть 1) Тест	7,5	0,5 часа тест
2	Модуль 2 (часть 2): Определение целевой аудитории. Создание страницы/группы для продвижения. Привлечение подписчиков.	12,5	1,5 часа
Итого		20	2 часа

### Модули с описанием работ

#### **Модуль 2: Определение целевой аудитории. Создание страницы/группы для продвижения. Привлечение подписчиков.**

Участнику предоставляется конкурсное задание со специально подготовленной заявкой от заказчика на определение целевой аудитории для продвижения товара/услуги/продукта, создания соответствующей страницы или группы в социальных сетях, привлечению подписчиков. Заявка может быть представлена как определенной компанией, промышленным предприятием и т.д., или основана на одной из категорий представленной в World Skills Russia:

1. Информационные и коммуникационные технологии.
2. Производство и инженерные технологии.
3. Строительство и строительные технологии.
4. Искусство и дизайн.
5. Транспорт и логистика.
6. Сфера услуг

**Часть 1 Модуля 2:** Участнику необходимо ответить на 30 вопросов, касающихся основных терминов и понятий в интернет-маркетинге.

**Часть 2 Модуля 2:** Участнику необходимо изучить полученную информацию от заказчика из кейс-задания. Определить целевую аудиторию для товара/услуги/продукта и составить аналитическую записку (документ Word) с обоснованием выбора социальной сети для его продвижения с учетом оформления и правил написания документов подобного вида. Затем на основе собственных выводов создать группу или страницу в выбранной социальной сети, учитывая правила создания групп и страниц. Создать пост-приветствие и опубликовать его в социальной сети, закрепив вверху страницы/группы. Привлечь 50 подписчиков на созданную страницу в сети. Отправить на указанный адрес эл.почты аналитическую записку и ссылку на страницу/группу.

#### **Задание**

1. Ответить на вопросы теста
2. Составить аналитическую записку, в которой:
  - определена целевая аудитория
  - описан принцип ее определения

- указана социальная сеть
  - обоснован выбор социальной сети
  - указан аккаунт для социальной сети (группа или страница)
  - обоснован выбор аккаунта
3. Создать аккаунт в выбранной социальной сети в соответствии с правилами оформления и создания групп или страниц.
  4. Создать пост-приветствие, закрепив его вверху страницы/группы
  5. Привлечь 50 подписчиков
  6. Выслать на указанный эл.адрес аналитическую записку и ссылку на социальную сеть.

### 3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

В данном разделе определены критерии оценки и количество начисляемых баллов (субъективные и объективные) в Таблице 2.

Общее количество баллов задания/модуля по всем критериям оценки составляет **30** баллов.  
Таблица 2.

Раздел	Критерий	Оценки		
		Субъективная	Объективная	Общая
А	Тест	0	7,5	7,5
В	Определение целевой аудитории. Создание страницы/группы для продвижения. Привлечение подписчиков.	4	8,5	12,5
<b>Итого</b>		<b>4</b>	<b>16</b>	<b>20</b>

**Субъективные оценки (дзджмент) – 5 баллов.**

### 7. Составители программы

8.

Нерушкина Наталья Викторовна, преподаватель, КГБПОУ «Красноярский технологический техникум пищевой промышленности», первая квалификационная категория, эксперт с правом проведения чемпионата по стандартам Ворлдскиллс, сертифицированный эксперт-мастер Ворлдскиллс по компетенции «Интернет маркетинг».