

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Автономная некоммерческая организация
«Агентство развития профессионального
мастерства (Ворлдскиллс Россия)»

Директор МГГТК ФГБОУ ВО «АГУ»



З.М. Тепсаева
З.М. Тепсаева
20__ г.

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
«Современные маркетинговые технологии и основы интернет-
маркетинга» (с учетом стандарта Ворлдскиллс по компетенции
«Интернет-маркетинг»))»**

г. Майкоп, 2021 год

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
«Современные маркетинговые технологии и основы интернет-маркетинга» (с учетом стандарта Ворлдскиллс по компетенции
«Интернет-маркетинг»))»**

1. Цели реализации программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, с учетом спецификации стандарта Ворлдскиллс 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

| № п/п | Содержание совершенствуемой или вновь формируемой компетенции |
|-------|---|
| 1 | Повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей |
| 2 | Проведение аналитических работ по изучению конкурентов |
| 3 | Разработка стратегии продвижения в социальных медиа |
| 4 | Привлечение пользователей в интернет-сообщество |
| 5 | Проведение рекламных кампаний в социальных медиа |
| 6 | Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта |
| 7 | Подбор площадок в социальных медиа для продвижения веб-сайта |
| 8 | Управление коммуникациями в социальных медиа |
| 9 | Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения |
| 10 | Проведение аналитических работ по изучению конкурентов |
| | Организация и проведение электронных рассылок |

Программа разработана в соответствии с:

- спецификацией стандарта компетенции «Интернет-маркетинг»;
- профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Минтруда России от 19.02.2019 № 95н);

Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

Рабочие места, которые возможно занять по итогам обучения по программе (трудоустройство на вакансии в организации, самозанятость, работа в качестве индивидуального предпринимателя):

- в организации - smm-специалист, smm-менеджер;

- ИП – продвижение собственной компании, оказание услуг по продвижению другим компаниям.
- самозанятые - услуги по продвижению компаниям, частным лицам и т.д.

2.2. Требования к результатам освоения программы

В результате освоения дополнительной профессиональной программы у слушателя должны быть сформированы компетенции, в соответствии с разделом 2.1. программы.

В результате освоения программы слушатель должен

знать:

- понятие о компетенциях и стандарт «Интернет-маркетинг» Ворлдскиллс Россия;
- современные профессиональные технологии в предметной (профессиональной) сфере деятельности;
- основы маркетинга,
- нормативно-правовые акты в области рекламы;
- основы рекламы и связей с общественностью,
- особенность функционирования интернета с позиции реализации маркетинговой медиа-стратегии
- каналы маркетинговых коммуникаций в интернете,
- методы проведения исследований в интернете
- особенности функционирования социальных медиа,
- особенность функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа,
- копирайтинг,
- основы психологии цвета,
- основы веб-дизайна,
- основы юзабилити,
- основы деловой коммуникации,
- особенности работы с социальными медиа,
- особенности подготовки текстовых, графический фото-, видеоматериалов для размещения в социальных медиа,
- основы медиа планирования.

уметь:

- составлять алгоритм и проводить исследование поведения потребителя и целевой группы в социальных медиа,
- выявлять потребности потребителей, характеристики целевой группы,
- выявлять маркетинговые преимущества конкурентов,
- составлять аналитические справки по результатам исследования конкурентов, целевых групп, информационного поля,
- формировать технические задания для программистов, копирайтеров, дизайнеров,
- разрабатывать способы привлечения пользователей сообществ,
- выполнять подбор рекламных площадок.

3. Содержание программы

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Трудоёмкость обучения: 144 академических часа.

Форма обучения: очная или очная с применением дистанционных образовательных технологий.

3.1. Учебный план

| № | Наименование модулей | Всего, ак.час. | В том числе | | | Форма контроля |
|-----|---|----------------|-------------|----------------|----------------------------|-----------------|
| | | | лекции | практ. занятия | промежут. и итог. контроль | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Модуль 1. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Интернет-маркетинг». Разделы спецификации | 4 | 4 | | | |
| 2. | Модуль 2. Актуальные требования рынка труда, современные технологии в профессиональной сфере | 4 | 4 | | | |
| 3. | Модуль 3. Общие вопросы по работе в статусе самозанятого | 2 | 2 | | | |
| 4. | Модуль 4. Требования охраны труда и техники безопасности | 2 | 2 | | | |
| 5. | Модуль 5. Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге | 8 | 3 | 4 | 1 | |
| 6. | Модуль 6. Маркетинговые исследования в интернет-среде. | 18 | 5 | 12 | 1 | |
| 7. | Модуль 7. Организация маркетинговых коммуникаций в интернете | 16 | 7 | 8 | 1 | |
| 8. | Модуль 8. Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации | 5 | 2 | 2 | 1 | |
| 9. | Модуль 9. Что такое социальные сети и зачем они нужны. | 16 | 7 | 8 | 1 | |
| 10. | Модуль 10. Конкурентная среда и целевая аудитория | 9 | 4 | 4 | 1 | |
| 11. | Модуль 11. Компетенции SMM-специалиста. | 32 | 13 | 18 | 1 | |
| 12. | Модуль 12. Компетенции Интернет-маркетолога | 22 | 11 | 10 | 1 | |
| 13. | Итоговая аттестация (демонстрационный экзамен) | 6 | | | 6 | ДЭ ¹ |
| | ИТОГО: | 144 | 64 | 66 | 14 | |

3.2. Учебно-тематический план

| № | Наименование модулей | Всего, ак.час. | В том числе | | | Форма контроля |
|----|---|----------------|-------------|----------------|----------------------------|----------------|
| | | | лекции | практ. занятия | промежут. и итог. контроль | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Модуль 1. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Интернет- | 4 | 4 | | | |

¹ Демонстрационный экзамен по компетенции.

| | | | | | | |
|-----------------------|---|----------|----------|----------|----------|--|
| | маркетинг». Разделы спецификации | | | | | |
| 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 | 2 | 2 | | | |
| 1.2 | Актуальное техническое описание по компетенции. Спецификация стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Интернет-маркетинг» | 2 | 2 | | | |
| 2.² | Модуль 2. Актуальные требования рынка труда, современные технологии в профессиональной сфере | 4 | 4 | | | |
| 2.1 | Региональные меры содействия занятости в том числе поиска работы, осуществления индивидуальной предпринимательской деятельности, работы в качестве самозанятого | 1 | 1 | | | |
| 2.2 | Актуальная ситуация на региональном рынке труда | 1 | 1 | | | |
| 2.3 | Современные технологии в профессиональной сфере, соответствующей компетенции | 2 | 2 | | | |
| 3. | Модуль 3. Общие вопросы по работе в статусе самозанятого | 2 | 2 | | | |
| 3.1 | Регистрация в качестве самозанятого | 0,5 | 0,5 | | | |
| 3.2 | Налог на профессиональный доход – особый режим налогообложения для самозанятых граждан | 0,5 | 0,5 | | | |
| 3.3 | Работа в качестве самозанятого | 1 | 1 | | | |
| 4. | Модуль 4. Требования охраны труда и техники безопасности | 2 | 2 | | | |
| 4.1 | Требования охраны труда и техники безопасности | 1 | 1 | | | |
| 4.2 | Специфичные требования охраны труда, техники безопасности и окружающей среды по компетенции | 1 | 1 | | | |
| 5.³ | Модуль 5. Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге | 8 | 3 | 4 | 1 | |

² Занятия по темам 2.1. и 2.2 проводятся с участием представителей профильных органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации и/или органов местного самоуправления муниципального образования.

³ При освоении модулей компетенции должны быть предусмотрены занятия, проводимые с участием работодателей: мастер-классы, экскурсии на предприятия и иные формы.

| | | | | | | |
|------------------|--|-----------|-----------|-----------|----------|-------|
| 5.1 | Классический маркетинг. Интернет-маркетинг. Схожесть и различие этих видов деятельности. | 4 | 2 | 2 | | |
| 5.2 | Основные термины и понятия в интернет-маркетинге. Базовые правила. | 3 | 1 | 2 | | |
| 5.3 ⁴ | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 6. | Модуль 6. Маркетинговые исследования в интернет-среде. | 18 | 5 | 12 | 1 | |
| 6.1 | Теория и практика проведения маркетинговых исследований в интернете. | 6 | 2 | 4 | | |
| 6.2 | Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей | 6 | 2 | 4 | | |
| 6.3 | Мониторинг информационного поля конкурентов | 5 | 1 | 4 | | |
| 6.4 | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 7. | Модуль 7. Организация маркетинговых коммуникаций в интернете | 16 | 7 | 8 | 1 | |
| 7.1 | Виды маркетинговых коммуникаций | 4 | 2 | 2 | | |
| 7.2 | Виды интернет-рекламы | 4 | 2 | 2 | | |
| 7.3 | Интернет-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования | 4 | 2 | 2 | | |
| 7.4 | Интернет-блоги и форумы, особенность работы | 3 | 1 | 2 | | |
| 7.5 | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 8. | Модуль 8. Создание маркетинговой стратегии | 5 | 2 | 2 | 1 | |
| 8.1 | Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации | 4 | 2 | 2 | | |
| 8.2 | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 9. | Модуль 9. Что такое социальные сети и зачем они нужны. | 16 | 7 | 8 | 1 | |
| 9.1 | Социальные сети: история, виды, особенности, рекламно-коммуникационные возможности | 4 | 2 | 2 | | |
| 9.2 | Коммерческие возможности социальных сетей | 4 | 2 | 2 | | |
| 9.3 | Рекламные кампании | 4 | 2 | 2 | | |
| 9.4 | Бюджетирование рекламных кампаний | 3 | 1 | 2 | | |
| 9.5 | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 10. | Модуль 10. Конкурентная среда и целевая аудитория | 9 | 4 | 4 | 1 | |
| 10.1 | Определение и анализ конкурентной среды | 4 | 2 | 2 | | |
| 10.2 | Определение, сегментация и анализ* целевой аудитории | 4 | 2 | 2 | | |
| 10.3 | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 11. | Модуль 11. Компетенции SMM-специалиста. | 32 | 13 | 18 | 1 | |
| 11.1 | «Маркетинговые стратегии. | 4 | 2 | 2 | | |

⁴ В рамках промежуточного контроля по модулям компетенции должно быть предусмотрено время и возможность для формирования слушателями личного портфолио: результатов своих работ, которые они впоследствии смогут представить работодателю или клиенту.

| | | | | | | |
|------------|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Уникальные торговые предложения» | | | | | |
| 11.2 | SMM-стратегия и ее реализация. Коммерческий и контентный SMM | 4 | 2 | 2 | | |
| 11.3 | Персональный бренд в соцсетях. Персональный бренд специалиста по SMM | 4 | 2 | 2 | | |
| 11.4 | Виды постов в социальных сетях. Инфографика | 2 | | 2 | | |
| 11.5 | Продающие тексты. Копирайтинг | 2 | | 2 | | |
| 11.6 | Контент-план. Создание контент-плана | 2 | | 2 | | |
| 11.7 | Развитие диалоговой среды. Работа с комментариями. Работа с негативом. | 4 | 2 | 2 | | |
| 11.8 | Аналитика соцсетей | 4 | 2 | 2 | | |
| 11.9 | Воронки продаж в соцсетях стоимость кликов, лидов, клиентов | 3 | 1 | 2 | | |
| 11.10 | Команда SMM-маркетолога. | 2 | 2 | | | |
| 11.11 | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 12. | Модуль 12. Компетенции интернет-маркетолога | 22 | 11 | 10 | 1 | |
| 12.1 | Каналы привлечения трафика на площадки и модели оплаты за целевые действия | 2 | 2 | | | |
| 12.2 | Системы статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics как основа интернет-маркетинга | 4 | 2 | 2 | | |
| 12.3 | SMM: возможности, проблемы, результат | 2 | 2 | | | |
| 12.4 | Стратегия по созданию семантического ядра и работа с мета-данными | 6 | 2 | 4 | | |
| 12.5 | Создание лендингов: как достичь максимальной конверсии | 4 | | 4 | | |
| 12.6 | Управление клиентские опытом: возможности, проблемы и результат | 2 | 2 | | | |
| 12.7 | Управление проектами и людьми в интернет-маркетинге: эффективность нового уровня | 1 | 1 | | | |
| 12.8 | Промежуточная аттестация | 1 | | | 1 | зачет |
| 13. | Итоговая аттестация | 6 | | | 6 | ДЭ |
| 13.1 | Демонстрационный экзамен по компетенции | 6 | | | 6 | |
| | ИТОГО: | 144 | 64 | 66 | 14 | |

3.3. Учебная программа

Модуль 1. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Интернет-маркетинг». Разделы спецификации.

Тема 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.

Лекция. История, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI). История, современное состояние и перспективы движения Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы»).

Тема 1.2. Актуальное техническое описание по компетенции. Спецификация стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Интернет-маркетинг».

Лекция. Актуальное техническое описание по компетенции. Спецификация стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Интернет-маркетинг».

Модуль 2. Актуальные требования рынка труда, современные технологии в профессиональной сфере

Тема 1. Региональные меры содействия занятости в том числе поиска работы, осуществления индивидуальной предпринимательской деятельности, работы в качестве самозанятого

Тема 2. Актуальная ситуация на региональном рынке труда

Тема 3. Современные технологии в профессиональной сфере, соответствующей компетенции

3.1. История развития цифровой грамотности населения. Примеры применения.

Лекция. История развития цифровой грамотности населения.

Практическое занятие. Примеры применения цифровой грамотности населения.

3.2. Цифровая компетентность. Способы поиска информации. Безопасное поведение в сети Интернет.

Лекция. Цифровая компетентность.

Практическое занятие. Способы поиска информации. Безопасное поведение в сети Интернет.

Модуль 3. Общие вопросы по работе в статусе самозанятого

Тема 1. Регистрация в качестве самозанятого

Тема 2. Налог на профессиональный доход – особый режим налогообложения для самозанятых граждан

Тема 3. Работа в качестве самозанятого

Модуль 4. Требования охраны труда и техники безопасности.

Тема 2.1. Требования охраны труда и техники безопасности.

Лекция. Требования охраны труда и техники безопасности.

Тема 2.2. Специфичные требования охраны труда, техники безопасности и окружающей среды по компетенции.

Лекция. Специфичные требования охраны труда, техники безопасности и окружающей среды по компетенции.

Модуль 5. Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге.

4.1. Классический маркетинг. Интернет-маркетинг. Схожесть и различие этих видов деятельности.

Лекция. Классический маркетинг. Интернет-маркетинг. Схожесть и различие этих видов деятельности.

Практическое занятие. Составление сравнительной таблицы возможностей классического маркетинга и интернет-маркетинга.

4.2. Основные термины и понятия в интернет-маркетинге. Базовые правила.

Лекция. Основные термины и понятия в интернет-маркетинге. Базовые правила.

Практическое занятие. Применение основных терминов в работе интернет-маркетолога.

Модуль 6. Маркетинговые исследования в интернет-среде.

5.1. Теория и практика проведения маркетинговых исследований в интернете.

Лекция. Теория и практика проведения маркетинговых исследований в интернете.

Практическое занятие. Проведения маркетинговых исследований в интернете.

5.2. Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей.

Лекция. Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей.
Практическое занятие. Выявление целевой аудитории и характеристик потребителей.

5.3. Мониторинг информационного поля конкурентов.

Лекция. Мониторинг информационного поля конкурентов.

Практическое занятие. Проведение мониторинга информационного поля конкурентов.

Модуль 7. Организация маркетинговых коммуникаций в интернете.

6.1. Виды маркетинговых коммуникаций.

Лекция. Виды маркетинговых коммуникаций.

Практическое занятие. Примеры взаимодействия с клиентами посредством маркетинговых коммуникаций.

6.2. Виды интернет-рекламы.

Лекция. Виды интернет-рекламы.

Практическое занятие. Разбор интернет-рекламы.

6.3. Интернет-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования.

Лекция. Интернет-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования.

Практическое занятие. Проектирование Интернет-сайта. Разработка структуры.

6.4. Интернет-блоги и форумы, особенность работы.

Лекция. Интернет-блоги и форумы, особенность работы.

Практическое занятие. Анализ интернет-блогов и форумов.

Модуль 8. Создание маркетинговой стратегии.

7.1. Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации.

Лекция. Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации.

Практическое занятие. Выбор стратегии. План создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации.

Модуль 9. Что такое социальные сети и зачем они нужны.

8.1. Социальные сети: история, виды, особенности, рекламно-коммуникационные возможности.

Лекция. Социальные сети: история, виды, особенности, рекламно-коммуникационные возможности.

Практическое занятие. Анализ социальных сетей. Создание аккаунта в социальных сетях.

8.2. Коммерческие возможности социальных сетей.

Лекция. Коммерческие возможности социальных сетей.

Практическое занятие. Варианты использования коммерческих возможностей социальных сетей.

8.3. Рекламные кампании.

Лекция. Рекламные кампании.

Практическое занятие. Разработка и внедрение рекламной кампании.

8.4. Бюджетирование рекламных кампаний.

Лекция. Бюджетирование рекламных кампаний.

Практическое занятие. Расчет бюджета разработанной рекламной кампании.

Модуль 10. Конкурентная среда и целевая аудитория.

9.1. Определение и анализ конкурентной среды.

Лекция. Определение и анализ конкурентной среды.

Практическое занятие. Аналитика конкурентной среды.

9.2. Определение, сегментация и анализ целевой аудитории.

Лекция. Целевой аудитории.

Практическое занятие. Определение, сегментация и анализ целевой аудитории.

Модуль 11. Компетенции SMM-специалиста.

10.1. Маркетинговые стратегии. Уникальные торговые предложения.

Лекция. Маркетинговые стратегии. Уникальные торговые предложения.

Практическое занятие. Разработка одного из видов маркетинговых стратегий и уникального торгового предложения.

10.2. SMM-стратегия и ее реализация. Коммерческий и контентный SMM.

Лекция. SMM-стратегия и ее реализация. Коммерческий и контентный SMM.

Практическое занятие. Разработка SMM-стратегии.

10.3. Персональный бренд в соцсетях. Персональный бренд специалиста по SMM.

Лекция. Персональный бренд в соцсетях. Персональный бренд специалиста по SMM.

Практическое занятие. Работа с персональным брендом в соцсетях.

10.4. Виды постов в социальных сетях. Инфографика.

Практическое занятие. Написание различных видов постов, создание инфографики.

10.5. Продающие тексты. Копирайтинг.

Практическое занятие. Практика в написании продающих текстов. Копирайтинг для сайтов, лендингов, рекламных объявлений.

10.6. Контент-план. Создание контент-плана.

Практическое занятие. Создание контент-плана.

10.7. Развитие диалоговой среды. Работа с комментариями. Работа с негативом.

Лекция. Развитие диалоговой среды.

Практическое занятие. Работа с комментариями. Работа с негативом.

10.8. Аналитика соцсетей.

Лекция. Аналитика соцсетей.

Практическое занятие. Применение инструментов аналитики соцсетей.

10.9. Воронки продаж в соцсетях стоимость кликов, лидов, клиентов

Лекция. Воронки продаж в соцсетях стоимость кликов, лидов, клиентов.

Практическое занятие. Построение воронки продаж в соцсетях.

10.10. Команда SMM-маркетолога.

Лекция. Команда SMM-маркетолога.

Модуль 12. Компетенции интернет-маркетолога

11.1. Каналы привлечения трафика на площадки и модели оплаты за целевые действия.

Лекция. Каналы привлечения трафика на площадки и модели оплаты за целевые действия.

11.2. Системы статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics как основа интернет-маркетинга.

Лекция. Системы статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics как основа интернет-маркетинга.

Практическое занятие. Работа в системах статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics.

11.3. SMM: возможности, проблемы, результат.

Лекция. SMM: возможности, проблемы, результат.

11.4. Стратегия по созданию семантического ядра и работа с мета-данными.

Лекция. Стратегия по созданию семантического ядра и работа с мета-данными.

Практическое занятие. Созданию семантического ядра.

11.5. Создание лендингов: как достичь максимальной конверсии.

Практическое занятие. Создание лендингов: постановка задачи, проработка, определение главного и второстепенных действий, определение аргументов целевых действий, знакомство с Tilda и Viks. Работа с сервисами по созданию лендингов.

11.6. Управление клиентские опытом: возможности, проблемы и результат.

Лекция. Управление клиентские опытом: возможности, проблемы и результат.

11.7. Управление проектами и людьми в интернет-маркетинге: эффективность нового уровня.

Лекция. Управление проектами и людьми в интернет-маркетинге: эффективность нового уровня.

Итоговая аттестация

Демонстрационный экзамен по компетенции.

3.4. Календарный учебный график (порядок освоения модулей)

| Период обучения (недели)* | Наименование модуля |
|--|--|
| 1 неделя | Модуль 1. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Интернет-маркетинг». Разделы спецификации Модуль 2. Актуальные требования рынка труда, современные технологии в профессиональной сфере Модуль 3. Общие вопросы по работе в статусе самозанятого Модуль 4. Требования охраны труда и техники безопасности Модуль 5. Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге |
| 2 неделя | Модуль 6. Маркетинговые исследования в интернет-среде. Модуль 7. Организация маркетинговых коммуникаций в интернете |
| 3 неделя | Модуль 8. Создание маркетинговой стратегии Модуль 9. Что такое социальные сети и зачем они нужны Модуль 10. Конкурентная среда и целевая аудитория |
| 4 неделя | Модуль 11. Компетенции SMM-специалиста Модуль 12. Компетенции интернет-маркетолога Итоговая аттестация |
| *Точный порядок реализации 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

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;
- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- учебные пособия, изданных по отдельным разделам программы;
- профильная литература;
- отраслевые и другие нормативные документы;

- электронные ресурсы и т.д.
- . официальный сайт оператора международного некоммерческого движения WorldSkills International – Агентство развития профессионального мастерства – (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 педагогических работников (физических лиц), привлеченных для реализации программы 1 чел. Из них:

- сертифицированных экспертов Ворлдскиллс по соответствующей компетенции 0 чел.;
- сертифицированных экспертов-мастеров Ворлдскиллс по соответствующей компетенции 0 чел.;
- экспертов с правом проведения чемпионата по стандартам Ворлдскиллс по соответствующей компетенции 1 чел.

Ведущий преподаватель программы – эксперт Ворлдскиллс со статусом сертифицированного эксперта Ворлдскиллс, или сертифицированного эксперта-мастера Ворлдскиллс, или эксперта с правом и опытом проведения чемпионата по стандартам Ворлдскиллс. Ведущий преподаватель программы принимает участие в реализации всех модулей и занятий программы, а также является главным экспертом на демонстрационном экзамене.

К отдельным темам и занятиям по программе могут быть привлечены дополнительные преподаватели.

Данные педагогических работников, привлеченных для реализации программы

| № п/п | ФИО | Статус в экспертном сообществе Ворлдскиллс с указанием компетенции | Должность, наименование организации |
|--|---------------------------|--|-------------------------------------|
| <i>Ведущий преподаватель программы</i> | | | |
| 1. | Никитенко Олеся Сергеевна | Эксперт с правом проведения чемпионата по стандартам Ворлдскиллс по компетенции Интернет-маркетинг | Преподаватель ФГБОУ ВО АГУ |
| <i>Преподаватели, участвующие в реализации программы</i> | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |

5. Оценка качества освоения программы

Итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена.⁵

Для итоговой аттестации используется КОД № 1.2 по компетенции «Интернет-маркетинг», размещенный в Банке эталонных программ Академии Ворлдскиллс Россия. Баллы за выполнение заданий демонстрационного экзамена выставляются в соответствии со схемой начисления баллов, приведенной в КОД. Необходимо осуществить перевод полученного количества баллов в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

6. Составители программы

Разработано Академией Ворлдскиллс Россия совместно с сертифицированными экспертами Ворлдскиллс Россия.

⁵ К работе в экзаменационной комиссии должны быть привлечены представители работодателей и их объединений.