

АГЕНТСТВО ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Краевое государственное бюджетное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
**«КРАСНОЯРСКИЙ КРАЕВОЙ ЦЕНТР ПРОФОРИЕНТАЦИИ
И РАЗВИТИЯ КВАЛИФИКАЦИЙ»**

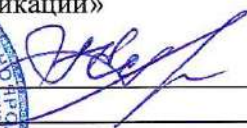
УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора

КГБОУ ДПО «Красноярский краевой

центр профориентации и развития
квалификаций»




А.Ю. Коваленко
2024 г.

Приказ № 02/1 от « 09 » 01 2024 г.

ОСНОВНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Младший специалист по интернет - маркетингу

Красноярск 2024

Содержание

1. Общие положения.....	3
1.1 Нормативные документы для разработки программы.....	3
1.2 Цель реализации программы.....	3
1.3 Планируемые результаты освоения программы.....	3
1.4 Нормативный срок освоения и трудоемкость программы.....	4
1.5 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы.....	5
2. Содержание программы.....	5
2.1 Учебный план.....	5
2.2 Календарный учебный график.....	5
2.3 Дидактическое содержание дисциплин.....	7
2.4 Организация практики.....	8
3. Организационно-педагогические условия.....	8
3.1 Материально-технические условия реализации программы.....	8
3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса.....	9
4. Формы аттестации и оценочные средства контроля результатов освоения программы.....	10
4.1 Промежуточная и итоговая аттестация.....	10

1 Общие положения

1.1 Нормативные документы для разработки программы

Основная программа профессионального обучения «Младший специалист по интернет - маркетингу» (далее – ОП ПО) разработана на основе следующих нормативных документов:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 25.12.2023);
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минтруда России от 19.02.2019 № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» (зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 № 54635);
- Методические рекомендации Министерства образования и науки Российской Федерации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов от 22 января 2015 г. № ДЛ-1/05вн;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.04.2013 № 292 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения» (ред. 27.10.2015);
- Устав краевого государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Красноярский краевой центр профориентации и развития квалификаций», утвержденный приказом агентства труда и занятости населения Красноярского края от 17 мая 2016 г. № 93/126.
- Положение КГБОУ ДПО «Красноярский краевой центр профориентации и развития квалификаций» о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения от 05 июля 2021 г.;
- Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дополнительным профессиональным программам и основным программам профессионального обучения от 14 июля 2021 г.;
- Положение об итоговой аттестации обучающихся по дополнительным профессиональным программам и основным программам профессионального обучения от 14 июля 2021 г.;
- Положение об электронном обучении, применении дистанционных образовательных технологий от 14 июля 2021 г.;
- Правила приема и отчисления обучающихся в КГБОУ ДПО «Красноярский краевой центр профориентации и развития квалификаций» от 11 января 2017 г.

1.2 Цель реализации программы

ОП ПО «Младший специалист по интернет - маркетингу» имеет своей целью формирование, совершенствование и актуализацию профессиональных компетенций, знаний и умений, необходимых для нового вида деятельности в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Реализация данной образовательной программы для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их индивидуальных потребностей и состояния здоровья исходя из различных нозологических групп.

В центре имеются материально-технические условия для реализации данной программы.

1.3 Планируемые результаты освоения программы

В результате освоения ОП ПО слушатель должен овладеть профессиональными компетенциями в сфере написания, анализа и размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

знать:

- Основы копирайтинга и веб-райтинга;
- Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- Функционирование современных социальных медиа;
- Аудиторию различных социальных медиа;
- Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории;
- Особенности функционирования поисковых машин;
- Рекламные возможности современных социальных медиа;
- Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- Методы обработки текстовой и графической информации;
- Основы компьютерной грамотности.

уметь:

- Использовать инструментарий современных социальных медиа;
- Обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ;
- Использовать профессиональные инструменты для проверки текстов;
- Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа;
- Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа;

владеть практическими навыками:

- Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании;
- Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и площадки в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- Составление отчета об условиях размещения информации на подобранных площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- Регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- Размещение информационных сообщений на площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

1.4 Нормативный срок освоения и трудоемкость программы

Нормативный срок освоения ОП ПО «Младший специалист по интернет - маркетингу» – 2 месяца. Трудоемкость освоения слушателем программы составляет 144 часа. Недельная нагрузка – 30 академических часов. Форма обучения – очно-заочная с ДОТ.

1.5 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы

К освоению данной ОП ПО допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

2 Содержание программы

2.1 Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, ак.час.	В том числе			Форма контрол я
			лекции	практ. занятия	промежу т. и итог. контрол ь	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге	8	3	4	1	Зачет
2.	Требования охраны труда и техники безопасности	2	2			Зачет
3.	Общие вопросы по работе в статусе самозанятого	2	2			Зачет
4.	Маркетинговые исследования в интернет-среде.	18	5	12	1	Экзамен
5.	Организация маркетинговых коммуникаций в интернете	16	7	8	1	Зачет
6.	Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации	5	2	2	1	Зачет
7.	Что такое социальные сети и зачем они нужны.	16	7	8	1	Экзамен
8.	Конкурентная среда и целевая аудитория	9	4	4	1	Зачет
9.	Основы копирайтинга и веб-райтинга	32	13	18	1	Экзамен
10.	Компетенции специалиста по Интернет-маркетингу	22	11	10	1	Экзамен
11.	Основы финансовой грамотности. (Видео лекция)	8	6	2		Зачет
12.	Итоговая аттестация	6			6	Экзамен
	ИТОГО:	144	62	68	14	

2.2 Календарный учебный график

Учебные дни	Наименование дисциплины			
	Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге	Требования охраны труда и техники безопасности	Общие вопросы по работе в статусе самозанятого	Маркетинговые исследования в интернет-среде.
1	л – 4; п/з – 2			
2	п/з – 2, с/р – 1, зачет	л – 2; зачет		
3			л – 2; зачет	л – 5; с/р – 1,

4					п/з – 6;
5					п/з – 6;
6					экзамен
Учебные дни	Наименование дисциплины				
	Организация маркетинговых коммуникаций в интернете	Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации	Что такое социальные сети и зачем они нужны.	Конкурентная среда и целевая аудитория	Основы финансовой грамотности . (Видео лекция)
7	л – 4; п/з – 2				
8	л – 3; п/з – 3				
9	п/з – 3; с/р – 1, зачет				
10		л – 2; п/з – 2; с/р – 1, зачет			
11			л – 4; п/з – 2		
12			л – 3; п/з – 3		
13			п/з – 3; с/р – 1, экзамен		
14				л – 4; п/з – 2	
15				п/з – 2; с/р – 1 экзамен,	
16					л – 6, п/з – 2; зачет
Учебные дни	Наименование дисциплины				
	Основы копирайтинга и веб-райтинга	Компетенции специалиста по Интернет-маркетингу			
17	л – 4; п/з – 2				
18	л – 4; п/з – 2				
19	л – 4; п/з – 2				
20	л – 1; п/з – 6				
21	п/з – 6; с/р – 1 экзамен				
22					
23		л – 4; п/з – 2			
24		л – 4; п/з – 3			
25		л – 3; п/з – 5			
26		с/р – 1, экзамен			
Итоговая аттестация					
27	ИА – 6				

Условные обозначения: л - лекции, п/з – практические занятия, с/р – самостоятельная работа, ИА – итоговая аттестация.

Профессиональное обучение по ОП ПО «Младший специалист по интернет - маркетингу» осуществляется в течение календарного года по мере формирования учебных групп. Учебный год начинается с 01 января текущего года, заканчивается 31 декабря текущего года. Выходные и праздничные дни установлены в соответствии с официальным производственным календарем на текущий год.

2.3 Дидактическое содержание дисциплин

Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге (8 ч)

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.

- 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.

Требования охраны труда и техники безопасности (2 ч)

- Требования охраны труда и техники безопасности. Лекция. Требования охраны труда и техники безопасности.

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

Общие вопросы по работе в статусе самозанятого (2 ч)

- Регистрация в качестве самозанятого. Налог на профессиональный доход – особый режим налогообложения для самозанятых граждан.

- Работа в качестве самозанятого.

Маркетинговые исследования в интернет-среде. (18 ч)

- Теория и практика проведения маркетинговых исследований в интернете. Лекция. Теория и практика проведения маркетинговых исследований в интернете. Практическое занятие. Проведения маркетинговых исследований в интернете.

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

- Мониторинг информационного поля конкурентов. Лекция. Мониторинг информационного поля конкурентов. Практическое занятие. Проведение мониторинга информационного поля конкурентов.

Организация маркетинговых коммуникаций в интернете (16 ч)

- Виды маркетинговых коммуникаций. Лекция. Виды маркетинговых коммуникаций. Практическое занятие. Примеры взаимодействия с клиентами посредством маркетинговых коммуникаций.

- Виды интернет-рекламы. Лекция. Виды интернет-рекламы. Практическое занятие. Разбор интернет-рекламы.

- Интернет-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования. Лекция. Интернет-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования. Практическое занятие. Проектирование Интернет-сайта. Разработка структуры.

- Интернет-блоги и форумы, особенность работы. Лекция. Интернет-блоги и форумы, особенность работы. Практическое занятие. Анализ интернет-блогов и форумов.

Создание маркетинговой стратегии с нуля и до реализации (5 ч)

- 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.

Что такое социальные сети и зачем они нужны. (16 ч)

- 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.
- Коммерческие возможности социальных сетей. Лекция. Коммерческие возможности социальных сетей. Практическое занятие. Варианты использования коммерческих возможностей социальных сетей.
- Рекламные кампании. Лекция. Рекламные кампании. Практическое занятие. Разработка и внедрение рекламной кампании.
- Бюджетирование рекламных кампаний. Лекция. Бюджетирование рекламных кампаний. Практическое занятие. Расчет бюджета разработанной рекламной кампании.

Конкурентная среда и целевая аудитория (9 ч)

- Определение и анализ конкурентной среды. Лекция. Определение и анализ конкурентной среды. Практическое занятие. Аналитика конкурентной среды.
- Определение, сегментация и анализ целевой аудитории. Лекция. Целевой аудитории. Практическое занятие. Определение, сегментация и анализ целевой аудитории.

Основы копирайтинга и веб-райтинга (32 ч)

- Маркетинговые стратегии. Уникальные торговые предложения. Лекция. Маркетинговые стратегии. Уникальные торговые предложения. Практическое занятие. Разработка одного из видов маркетинговых стратегий и уникального торгового предложения.
- SMM-стратегия и ее реализация. Коммерческий и контентный SMM. Лекция. SMM-стратегия и ее реализация. Коммерческий и контентный SMM. Практическое занятие. Разработка SMM-стратегии.
- 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.
- Виды постов в социальных сетях. Инфографика. Практическое занятие. Написание различных видов постов, создание инфографики.
- Продающие тексты. Копирайтинг. Практическое занятие. Практика в написании продающих текстов. Копирайтинг для сайтов, лендингов, рекламных объявлений.
- Контент-план. Создание контент-плана. Практическое занятие. Создание контент-плана.
- Развитие диалоговой среды. Работа с комментариями. Работа с негативом. Лекция. Развитие диалоговой среды. Практическое занятие. Работа с комментариями. Работа с негативом.
- Аналитика соцсетей. Лекция. Аналитика соцсетей. Практическое занятие. Применение инструментов аналитики соцсетей.
- Воронки продаж в соцсетях стоимость кликов, лидов, клиентов Лекция. Воронки продаж в соцсетях стоимость кликов, лидов, клиентов. Практическое занятие. Построение воронки продаж в соцсетях.
- Команда SMM-маркетолога. Лекция. Команда SMM-маркетолога.

Компетенции специалиста по Интернет-маркетингу (22 ч.)

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

- SMM: возможности, проблемы, результат. Лекция. SMM: возможности, проблемы, результат.

- 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.

- 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 Vixs. Работа с сервисами по созданию лендингов.

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

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

3 Организационно-педагогические условия

3.1 Материально-технические условия реализации программы

КГБОУ ДПО «Красноярский краевой центр профориентации и развития квалификаций» располагает материально-технической базой, которая позволяет проводить различные виды учебных занятий: лекции, семинарские, практические и тренинговые занятия, деловые и ролевые игры, дискуссии и др.

Для организации и ведения учебного процесса в заочной форме, с применением дистанционных образовательных технологий Центр располагает разработками обучающих электронных уроков, программами компьютерного тестирования, справочными, учебными и методическими пособиями, видеоматериалами, мультимедийными лекциями. Обучение в заочной форме с применением дистанционных образовательных технологий осуществляется на платформе «GetCourse».

3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

- 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>.

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекции;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные домашние задания;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа обучающихся, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

4 Формы аттестации и оценочные средства контроля результатов освоения программы

4.1 Промежуточная и итоговая аттестация

Оценка качества освоения обучающимися ОП ПО «Младший специалист по интернет - маркетингу» включает промежуточную и итоговую аттестацию. Промежуточная и итоговая аттестация проводится в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дополнительным профессиональным программам и основным программам профессионального обучения КГБОУ ДПО «Красноярский краевой центр профориентации и развития квалификаций» от 14 июля 2021 г., Положением об итоговой аттестации обучающихся по дополнительным профессиональным программам и основным программам профессионального обучения КГБОУ ДПО «Красноярский краевой центр профориентации и развития квалификаций» от 14 июля 2021 г..

Промежуточная и итоговая аттестация проводится в соответствии с учебным планом и в сроки, предусмотренные календарным учебным графиком.

Формы промежуточной аттестации обучающихся: зачет, экзамен в устной форме, экзамен в форме тестирования. Для определения качества освоения обучающимися содержания дисциплины используется следующая система отметок: 5 – «отлично», 4 – «хорошо», 3 – «удовлетворительно», 2 – «неудовлетворительно», по отдельным предметам – «зачтено», «незачтено». Результаты промежуточной аттестации фиксируются в «Зачетной ведомости», «Экзаменационной ведомости».

Профессиональное обучение слушателя по ОП ПО «Младший специалист по интернет - маркетингу» завершается итоговой аттестацией в форме квалификационного экзамена. Итоговая аттестация – это комплексная оценка, позволяющая определить соответствие полученных знаний, умений и навыков планируемым результатам освоения программы.

Итоговая аттестация является обязательной и осуществляется после освоения программы в полном объеме. К итоговой аттестации допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные программой, и успешно прошедшие все промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Итоговые аттестационные испытания предназначены для определения практической и теоретической подготовленности обучающихся к осуществлению деятельности в социальной сфере. Итоговая аттестация включает квалификационный экзамен, который включает в себя проверку теоретических знаний и практическую работу (задание). Оценивание компетенций, составляющих вид деятельности, подразумевает констатацию готовности обучающихся применять знания и умения, осуществлять необходимые действия на рабочем месте, которые ведут к получению определенного результата или продукта деятельности или являются содержательным наполнением процесса профессиональной деятельности.

Слушателям, успешно сдавшим квалификационный экзамен, выдается свидетельство о профессии рабочего, должности служащего с присвоением квалификации: младший специалист по интернет - маркетингу.

Разработчик
КГБОУ ДПО «Красноярский краевой центр
профориентации и развития квалификаций
начальник отдела методического обеспечения



Т.А. Демидова