**Частное образовательное учреждение высшего образования**

**«Восточная экономико-юридическая гуманитарная академия»**

**(Академия ВЭГУ)**

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ  Ректор ЧОУ ВО «Академия ВЭГУ»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.К. Миннибаев  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 г. |

Дополнительная профессиональная программа

повышения квалификации

**«Цифровой маркетинг с применением Инстаграм»**

(72 ч.)

Уфа – 2020 г.

**1.1. Нормативно-методические основы разработки Программы**

Федеральный закон от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», 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», Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. №197-ФЗ, Государственный стандарт высшего образования (среднего профессионального образования), Приказ Минтруда России от 18 октября 2013 г. №544н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)», Приказ Минсоцразвития РФ от 11 января 2011 г. №1н «Об утверждении единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационная характеристика должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», Паспорт национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации" (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам протокол от 24 декабря 2018 г. N 16); Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 07.05.2018 г. № 204; Паспорт Федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» (утв. президиумом Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности, протокол от 28.05.2019 N 9); Устав Академии ВЭГУ.

**1.2. Актуальность программы**

Программа «Цифровой маркетинг с применением Инстаграм» весьма актуальна на современном этапе и направлена на формирование у слушателей целостного представления о подходах в цифровом маркетинге и медиа, целях, задачах и методах продвижения в современных информационных средах, а также приобретение профессиональных навыков владения инструментами цифрового маркетинга, основанного на продвижении товаров и брендов в социальных сетях, в частности в Инстаграм. Направленность программы определяется приоритетными векторами развития Российской Федерации, способствует достижению национальных целей, сформулированных Президентом РФ и формирует предпосылки цифровой трансформации.

Программа направлена на получение компетенций в одной из 22 областей цифровой экономики, а именно в сфере «Цифровой маркетинг и медиа». Программа также направлена на формирование специалиста готового к развитию в современных условиях.

В цифровой экономике функционирование и развитие социальных сетей имеет важное практическое значение, поскольку является одним из главных каналов коммуникаций. Количество пользователей социальных сетей увеличивается с каждым днем. Доступ к целевой аудитории становится возможным, как правило, именно через эти каналы. Для бизнеса растет значимость специалистов в области цифрового маркетинга и медиа. SMM-менеджер (с англ. Social Media Manager) - это специалист, который занимается продвижением бизнеса, а именно компаний, брендов и отдельных лиц при помощи цифрового маркетинга в социальных медиа. К его задачам относятся: увеличение охвата страницы клиента, улучшение воспринимаемого образа заказчика, коммуникация с подписчиками. Менеджеры платформ соцмедиа развивают и поддерживают присутствие организации в информационном поле виртуального мира, ежедневно трудятся над созданием нового контента, постоянно внедряя инновации для генерации современных идей и форматов. Они также контролируют аналитику и показатели эффективности проведенных проектов, реализуемых в условиях цифровой экономики. Поскольку Инстаграм наиболее часто используемое средство коммуникаций групп населения молодого и среднего возраста - тех, кто становится активными покупателями сейчас и в ближайшем будущем, то акцент на подготовке специалистов работе именно в этой социальной сети, является наиболее актуальной с точки зрения полезности и эффективности этих навыков как для населения, так и для бизнеса.

Курс предназначен для всех категорий взрослого населения, имеющих среднее профессиональное или высшее образование.

**1.3. Цели реализации**

Цель программы - получение слушателями новых компетенций цифровой экономики, необходимых для владения инструментами цифрового маркетинга и медиа, основанного на продвижении бренда, продукта или услуги с помощью социальной сети Instagram.

**1.4. Планируемые результаты**

1.4.1. В результате освоения данной программы обучающиеся должны овладеть знаниями, умениями и навыками в рамках формирования следующих профессиональных компетенций:

- способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-8);

- способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-10)

1.4.2. В результате освоения программы слушатель должен

Знать:

• что представляет собой цифровой маркетинг в социальных медиа

• что представляет собой анализ рынка, аудитории и конкурентов;

• основы эффективности продвижения страниц в Instagram;

• возможности и ограничения Instagram

Уметь:

• разрабатывать стратегии по продвижению бренда или товаров в социальных сетях;

• генерировать и оформлять контент: текст, фото, видео, инфографика и прочее;

• запускать таргетированную рекламу в Instagram;

• проводить мониторинг эффективности продвижения;

• сформировать грамотный, интересующий целевую аудиторию текст, грамотная речь (устная и письменная).

Владеть:

• навыками создания и развития страниц в Instagram;

• навыками привлечения подписчиков, увеличения аудитории;

• навыками формирования и повышения лояльности к бренду;

• спецификой продвижения в Instagram.

**1.5. Категория обучающихся**

Курс предназначен для всех категорий обучающихся, имеющих среднее профессиональное или высшее образование

**1.6. Форма обучения**

Дополнительная профессиональная программа «Цифровой маркетинг с применением Инстаграм**»** реализуется с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

**1.7 Срок освоения программы**

Общий объем данной программы (трудоемкость учебной нагрузки обучающегося при освоении программы, включающая в себя все виды его учебной деятельности, предусмотренные учебным планом для достижения планируемых результатов обучения) составляет 2 зачетные единицы или 72 академических часа вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации с использованием сетевой формы, реализации по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении. Срок освоения – до 1 месяца.

**1.8 Виды учебных занятий**

Объемы учебной нагрузки обучающегося при освоении данной программы по видам учебной деятельности составляют:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Виды учебной деятельности** | **Объем, в академических часах** | | |
|  | **по очной форме обучения** | **по заочной форме обучения** | **По заочной форме с применением ЭО и ДОТ** |
| Занятия лекционного типа | **-** | **-** | **6** |
| Занятия семинарского типа | **-** | **-** | **37** |
| Проектирование | **-** | **-** | **-** |
| Индивидуальная работа с обучающимся | **-** | **-** |  |
| Самостоятельная работа обучающегося | **-** | **-** | **29** |
| Аттестация | **-** | **-** | **2** |
| Всего | **-** | **-** | **72** |

**1.9. Форма итоговой аттестации**

Формой итоговой аттестации является – зачет

**1.10. Уровень сложности**

Уровень сложности содержания образовательной программы - начальный

**2. Учебный план**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Модуль / Тема | Всего,  час. | Вид учебных занятий | | |
| Лекции | Практ. занятия | Сам. работа |
| 1. | Входное тестирование | 1 |  |  | 1 |
| 2. | Модуль 1. Введение в Instagram | 10 | 1 | 5 | 4 |
| 3. | Модуль 2. Стратегия | 14 | 1 | 7 | 6 |
| 4. | Модуль 3. Контент | 14 | 1 | 7 | 6 |
| 5. | Модуль 4. Stories | 10 | 1 | 5 | 4 |
| 6. | Модуль 5.  Таргетированная реклама | 10 | 1 | 5 | 4 |
| 7. | Модуль 6. Запуск таргетированной рекламы | 12 | 1 | 8 | 3 |
| 8. | Итоговое тестирование | 1 |  |  | 1 |
|  | Итого | 72 | 6 | 37 | 29 |

**3. Календарный учебный график**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование учебных модулей** | **Трудоёмкость (час)** | **Сроки обучения** |
| 1 | Входное тестирование | 1 | 01.11.2020 |
| 2 | Модуль 1. Введение в Instagram | 10 | 02.11.2020 - 03.11.2020 |
| 3 | Модуль 2. Стратегия | 14 | 04.11.2020 - 05.11.2020 |
| 4 | Модуль 3. Контент | 14 | 06.11.2020 - 07.11.2020 |
| 5 | Модуль 4. Stories | 10 | 08.11.2020 - 09.11.2020 |
| 6 | Модуль 5. Таргетированная реклама | 10 | 10.11.2020 - 11.11.2020 |
| 7 | Модуль 6. Запуск таргетированной рекламы | 12 | 12.11.2020-13.11.2020 |
| 8 | Итоговая аттестация (зачет) | 1 | 15.11.2020 |
| **Всего:** | | 72 | 01.11.2020 - 15.11.2020 |

**4. Учебная программа**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование модулей и учебных элементов** | **Всего часов** | **В том числе** | | | **Форма**  **контроля** |
| **Лекции** | **Практические занятия/самостоятельная работа слушателя** | **Аттестация** |
| Входное тестирование | 1 |  |  | 1 | зачет |
| Модуль 1 «Введение в Instagram»  Создание и оформление страницы. Что такое “Сторис”. Оформление “Сторис”. Шапка профиля и ее важность. Статистика — что означает каждая цифра. Лайки, репосты, сохранения. Что такое IGTV. Что такой Прямой эфир. Переключение на бизнес-профиль.  Задание: создать страницу или скинуть ссылку, если она уже есть с откорректированной шапкой профиля | 10 | 1 | 9 |  | Практическое задание |
| Модуль 2 «Стратегия»  Подготовка стратегии для продвижения страницы. Анализ целевой аудитории и конкурентов. Определение задач и целей проекта.  Задание: Определить цели и задачи, провести анализ целевой аудитории. | 14 | 1 | 13 |  | Практическое задание |
| Модуль 3 «Контент»  Составление контент-плана. Подготовка постов. Рубрика — фото— подготовка текста. “Продающий” текст в Инстаграм. Карусель и бот инстабот.  Задание: подготовка поста-знакомства в Инстаграм | 14 | 1 | 13 |  | Практическое задание |
| Модуль 4 «Stories»  Возможности сторис (опрос, вопрос, гифка). Как использовать возможности — оригинальные и необычные решения. Что сейчас в тренде. Полезные сервисы для создания. Контент-план. Создание раздела “Актуальное”  Задание: подготовить несколько историй с использованием возможностей инсты. Оформить “Актуальное”. | 10 | 1 | 9 |  | Практическое задание |
| Модуль 5 «Таргетированная реклама»  Создание рекламного кабинета в Фейсбук.  Задание: Создать рекламный кабинет, прислать скриншоты. | 10 | 1 | 9 |  | Практическое задание |
| Модуль 6 «Запуск таргетированной рекламы»  Запуск рекламных кампаний в Ads Manager Facebook (охват, трафик. лиды).  Задание: Сделать настройку рекламного объявления на цель «Трафик». Сделать скрин, не запуская рекламу. | 12 | 1 | 11 |  | Практическое задание |
| Итоговое тестирование | 1 |  |  | 1 | зачет |
| ИТОГО: | 72 | 6 | 64 | 2 |  |

**5. Организационно-педагогические условия реализации программы**

**5.1. Кадровое обеспечение**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Фамилия, имя, отчество (при наличии)** | **Место основной работы и должность, ученая степень и ученое звание (при наличии)** |
| **1** | Шаяхметов Алексей Валерьевич | ООО «Вебпространство», SMM-менеджер |
| **2** | Конкина Гулия Рафаэловна | ООО «Вебпространство», редактор |

**5.2. Материально-техническое обеспечение**

В частном образовательном учреждении высшего образования «Восточная экономико-юридическая гуманитарная академия» освоение образовательных программ проводится с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Для этого создана и функционирует электронная информационно-образовательная среда, включающая в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, а также обеспечивающая освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Обучающиеся при изучении учебной дисциплины используют образовательный контент, а также методические указания, рекомендации и пособия по работе с ним, разработанные представителями лучших digital-агентств г. Уфы.

**5.3. Информационные ресурсы**

1. <https://texterra.ru/blog/rukovodstvo-po-sostavleniyu-kontent-plana-s-primerami.html>
2. <https://geniusmarketing.me/lab/knigi-po-smm-dlya-biznesa/>
3. <https://blog.ingate.ru/>
4. <https://www.cossa.ru/234/19497/>
5. <https://texterra.ru/blog/kvintessentsiya-opyta-smm-marketologov-70-statey-kotorye-sdelayut-iz-vas-profi.html>
6. <https://makeagency.ru/blog/shkola-smm-urok-1-s-chego-nachat>
7. <http://www.kadrof.ru/enc-smm-specialist.shtml>
8. <http://www.topobzor.com/smm-manager/.html>
9. <http://buduguru.org/profession/7>

**6. Фонд оценочных средств**

**Вопросы входного тестирования**

1. **Что из перечисленного является социальной сетью?**

Выберите один ответ:

* Instagram
* ВКонтакте
* Facebook
* Все перечисленное

**2. SMM – это:**

Выберите один ответ:

* Аббревиатура одной из социальных сетей
* Обобщенное название социальных сетей
* Social Media Marketing

**3. Что из перечисленного относится к сфере SMM?**

Выберите один ответ:

* Кастинг
* Таргетинг
* Консалтинг
* Лендинг

**4.** **Какая социальная сеть появилась раньше остальных?**

Выберите один ответ:

* Вконтакте
* Facebook
* Instagram
* Twitter

**5**. **Какое максимальное количество подписок можно иметь в Instagram?**

Выберите один ответ:

* 4500
* 5500
* 6500
* 7500

**6.** **В каком формате в Instagram нельзя поставить лайк?**

Выберите один ответ:

* Stories
* IGTV
* Лента
* Во всех вышеперечисленных

**7. Выберите функции, которые имеются в Instagram?**

Выберите несколько ответов:

* Лайк
* Комментарий
* Репост
* Сохранение

**8.** **Какой функции нет в stories Instagram?**

Выберите один ответ

* Опросы
* Вопросы
* Тест
* Все есть

**9**. **В каком году появился Instagram?**

Выберите один ответ

* 2010
* 2011
* 2012
* 2013

**10.**  **Какой метрики нет в Instagram?**

Выберите один ответ

* Охват
* Посещение профиля
* Отметки “мне нравится”
* Нет верного ответа

**Вопросы итогового тестирования**

**1. Что из перечисленного не относится к статистике Instagram?**

Выберите один ответ

* Охват
* Лайки
* Переходы в профиль
* Сторис

**2. Какой ник наиболее удачный для уфимской стоматологической клиники?**

Выберите один ответ

* @ufastomatologiya
* @stomatolog\_ufa
* @lechim\_zubi\_v\_ufe
* @zubnoyvrach\_ufa

**3. Какой размер картинки подходит для ленты в Instagram?**

Выберите один ответ

* 1080х1080
* 1080х1920
* 1080х566
* 800х1200

**4. Какой размер картинки подходит для сторис в Instagram?**

Выберите один ответ

* 1080х1080
* 1080х1920
* 1080х566
* 800х1200

**5. Сколько хэштегов оптимально ставить в 1 посте?**

Выберите один ответ

* от 3 до 10
* от 10 до 20
* от 20 до 30
* чем больше, тем лучше

**6. Какой рекламной цели для запуска рекламы не существует?**

Выберите один ответ

* Охват
* Взаимодействия
* Генерация лидов
* Увеличение репостов

**7. Сколько сторис в день нужно выкладывать?**

Выберите один ответ

* Чем больше, тем лучше
* 1 в день
* 2-5 в день
* До 10 в день, не теряя качество и смысл сторис

**8. Можно ли запустить рекламу не выкладывая пост в профиль?**

Выберите один ответ

* можно
* нельзя
* Можно, если у вас более 1000 подписчиков
* Нет правильного варианта

**9. Рекламная цель — трафик. Куда можем вести ссылку с рекламы?**

Выберите один ответ

* только в профиль
* только на сайты
* и в профиль и на сайт
* нет правильного варианта

**10. Какая функция доступна только при переходе на бизнес-страницу?**

Выберите один ответ

* лайки
* комментарии
* репосты
* статистика профиля

**11. Что из перечисленного является социальной сетью?**

Выберите один ответ:

* Instagram
* ВКонтакте
* Facebook
* Все перечисленное

**12. SMM – это:**

Выберите один ответ:

* Аббревиатура одной из социальных сетей
* Обобщенное название социальных сетей
* Social Media Marketing

**13. Что из перечисленного относится к сфере SMM?**

Выберите один ответ:

* Кастинг
* Таргетинг
* Консалтинг
* Лендинг

**14. Какая социальная сеть появилась раньше остальных?**

Выберите один ответ:

* Вконтакте
* Facebook
* Instagram
* Twitter

**15. Какое максимальное количество подписок можно иметь в Instagram?**

Выберите один ответ:

* 4500
* 5500
* 6500
* 7500

**16. В каком формате в Instagram нельзя поставить лайк?**

Выберите один ответ:

* Stories
* IGTV
* Лента
* Во всех вышеперечисленных

**17. Выберите функции, которые имеются в Instagram?**

Выберите несколько ответов:

* Лайк
* Комментарий
* Репост
* Сохранение

**18. Какой функции нет в stories Instagram?**

Выберите один ответ

* Опросы
* Вопросы
* Тест
* Все есть

**19. В каком году появился Instagram?**

Выберите один ответ

* 2010
* 2011
* 2012
* 2013

**20. Какой метрики нет в Instagram?**

Выберите один ответ

* Охват
* Посещение профиля
* Отметки “мне нравится”
* Нет верного ответа

**6.2 Показатели, критерии и шкала оценивания**

Формы аттестации.

Процесс обучения по программе повышения квалификации включает в себя проведение промежуточной аттестации после каждого раздела и заканчивается итоговой аттестацией. Итоговая аттестация является обязательной для слушателей. Вид итоговой аттестации — зачет. Зачет проводится в форме тестирования.

Критерии оценки.

Для элемента «Практическое задание».

Результаты практического задания слушатель прилагает к системе. Результаты оцениваются преподавателем по бинарной шкале «принято» — «не принято», преподаватель также дает обратную связь и рекомендации по заданиям. Практическое задание оценивается «принято», если оно на 60% и более соответствует планируемому результату обучения.

Для элемента «Тестирование».

«Зачтено» выставляется обучающемуся, если правильные ответы составляют не менее 50% из 100%. «Не зачтено» выставляется обучающемуся, если набрано менее 50% из 100%.

**6.3 Типовые контрольные задания**

6.3.1 При подготовке обучающегося к аттестации и при оценивании результатов освоения программы данной программы (для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы) используются типовые контрольные задания по:

- истории развития той отрасли знания, изучению которой посвящена данная программа (модуль); объекту, предмету и методам (инструментам), применяемым в данной программе (модуле); месту, значению данной программы (модуля) в деятельности человека и ее связям с другими программами (модулями); проблемам и задачам, решаемым в рамках данной программы (модуля) и т.д.;

- существу теорий, концепций, систем описания и объяснения, гипотез, выдвигаемых в рамках данной программы, а также категориям и понятиям (терминам), являющимся существенными для данной программы;

- применению компетенций, сформированных в ходе освоения программы, для решения конкретной задачи, объяснения конкретного факта (явления), разрешения конкретной ситуации и т.д.

6.3.2 Данные типовые задания при проведении конкретных аттестационных испытаний переформатируются в вопросы аттестационных билетов или тестовые задания в соответствии с правилами, установленными для Фонда оценочных средств Академии ВЭГУ. По предметам вопросов типовых заданий могут быть сформулированы несколько различающихся по форме и аспекту рассмотрения вопросов аттестационных билетов, тестовых заданий или тем письменных работ. Комплекты вопросов для аттестационных билетов, тестовых заданий и тем в виде соответствующих баз хранятся в Центре аттестации Академии ВЭГУ в режиме конфиденциальности и предъявляются в виде набора аттестационных билетов, тестов или отдельной темы, формируемых по установленным в Академии ВЭГУ правилам, на каждую конкретную аттестацию.

**6.3.3 Контрольные задания для подготовки и проведения промежуточной аттестации:**

Входное тестирование.

Тестирование состоит из 10 вопросов о маркетинге в Instagram, а также о его функциональных возможностях. Тестирование поможет определить начальный уровень знаний соцсети перед прохождением курса.

Модуль 1. Введение в Instagram.

Практическое задание под руководством эксперта-практика:

* Создать страницу в Instagram (если ее нет)
* Отправить ссылку на страницу
* Сделать описание профиля (оно должно быть информативным, отражать деятельность компании, кратко пояснять ее сильные стороны).

Модуль 2. Стратегия.

Практическое задание под руководством эксперта-практика:

* Определить цели, задачи и метрики, по которым будет оцениваться результат и эффективность рекламной кампании, а также эффективность общего продвижения страницы.
* Провести анализ целевой аудитории, разделить ее на сегменты и описать их.
* Провести анализ конкурентов. Выявить сильные, слабые стороны.

Модуль 3. Контент.

Практическое задание под руководством эксперта-практика:

* Подготовить пост-знакомство, в котором мы представляемся перед аудиторией, рассказываем и отвечаем на вопросы: кто мы, чем занимаемся, наши сильные стороны, как мы это делаем

Модуль 4. Stories.

Практическое задание под руководством эксперта-практика:

* Подготовить несколько stories в Instagram, используя функциональные возможности соцсети. Применить различные опросы, стикеры, вопросы, викторины и т.д.
* Создать и оформить раздел «Актуальное», в котором stories хранятся вечно.

Модуль 5. Таргетированная реклама.

Практическое задание под руководством эксперта-практика:

* Создать рекламный кабинет на странице Facebook, которая привязана к странице компании в Instagram.
* Настроить рекламный кабинет по инструкции.

Модуль 6. Запуск таргетированной рекламы.

Практическое задание под руководством эксперта-практика:

* Создать рекламное объявление с целью «Трафик».
* Провести все настройки рекламного объявления согласно видеолекции.

Итоговое тестирование.

Тестирование состоит из 20 вопросов, составленные по темам представленных в программе учебных модулей. Тестирование дает общую оценку по итогам курса, как и насколько хорошо учащийся освоил образовательную программу.

Слушатель считается успешно освоившим образовательную программу, при результате - более 50% правильных ответов на вопросы итогового тестирования. Формой аттестации итогового тестирования является зачет.

**6.4. Методические материалы по процедурам оценивания**

6.4.1 Методика (в том числе технологические и организационные аспекты), определяющая процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, установлены положениями об организации образовательной деятельности по программам высшего образования, о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации, о балльно-рейтинговой системе аттестации, о фонде оценочных средств и изданными в соответствии с ними другими локальными нормативными актами, в т.ч. внутривузовскими стандартами, Академии ВЭГУ.

6.4.2 Обеспечение аттестации в Академии ВЭГУ должно удовлетворять, в первую очередь, требованиям нацеленности на результат обучения, системности, унификации и объективности, что на практике означает следующие:

- применение единых критериев оценивания по всем образовательным программам;

- сопряженность всех видов контрольно-измерительных материалов с конечными компетенциями и друг с другом (высокая степень валидности) и их репрезентативность с содержанием программы;

- выведение итоговых оценок по результатам проверки знаний, умений и навыков по всем дидактическим единицам оцениваемой программы;

- применение единых контрольно-измерительных материалов и процедур аттестации к обучающимся всех форм и технологий обучения;

- привлечение к осуществлению аттестации не задействованных в подпроцессе обучения обучающих, в т.ч. практикующих специалистов необразовательных организаций;

- широкое применение инструментальной среды;

- обязательная экспертиза текстов письменных работ (и других видов оформления результатов проектирования) на авторство (отсутствие заимствований, плагиата, копирования);

- ежегодное обновление тем письменных работ.

Порядок разработки, использования и хранения контрольных измерительных материалов (включая требования к режиму их защиты, порядку и условиям размещения информации, содержащейся в контрольных измерительных материалах, в сети «Интернет») устанавливается в соответствии с федеральными требованиями положением Академии ВЭГУ о фонде оценочных средств.

6.4.3 При организации аттестации обучающихся в Академии ВЭГУ обязательно исполнение следующих положений:

- аттестации подлежат только образовательные программы, назначенные для данного аттестуемого (правилами приема, учебными планами и другими соответствующими документами);

- аттестацию может проводить только тот обучающий (эксперт), который закреплен для данной процедуры по данной группе аттестуемых;

- аттестация проводится только с использованием утвержденных контрольно-измерительных материалов и по утвержденной форме и процедуре;

- аттестация проводится только для тех обучающихся, которые имеют соответствующий допуск;

- результаты аттестации должны быть зафиксированы в утвержденных для этого документах.

**7. Паспорт компетенций**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Наименование компетенции | | Способен решать маркетинговые задачи с использованием Instagram | |
| 2. | Указание типа компетенции | общекультурная/  универсальная | - | |
| общепрофессиональная | - | |
| профессиональная | + | |
| профессионально-специализированная | - | |
| 3. | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | | Под компетенцией понимается способность постановки и нахождения путей решения маркетинговых задач с использованием социальной сети Instagram  В результате освоения программы слушатель должен  Знать:  •        что представляет собой анализ рынка, аудитории и конкурентов;  •        основы эффективности продвижения страниц в Instagram;  •   возможности и ограничения Instagram  Уметь:  • разрабатывать стратегии по продвижению бренда или товаров в социальных сетях;  •   генерировать и оформлять контент: текст, фото, видео, инфографика и прочее;  •   запускать таргетированную рекламу в Instagram;  •  проводить мониторинг эффективности продвижения;  •  сформировать грамотный, интересующий целевую аудиторию текст, грамотная речь (устная и письменная).    Владеть:  •        навыками создания и развития страниц в Instagram;  •        навыками привлечения подписчиков, увеличения аудитории;  •        навыками формирования и повышения лояльности к бренду;  •        спецификой продвижения в Instagram; | |
| 4. | Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням | | Уровни сформированности компетенции  обучающегося | Индикаторы  Знать  Уметь  Владеть |
|  | | Начальный уровень  (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.) | Знать: Основные функции Instagram  Уметь: Создавать страницу в Instagram  Владеть: Навыками использования Instagram |
|  | | Базовый уровень  (Уверенно владеет навыками, способен, проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределён-ности, сложности.) | Знать: Функционал ленты Instagram  Уметь: Создавать посты и сторис  Владеть: Навыками оформления Instagram |
|  | | Продвинутый  (Владеет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.) | Знать:  Как составляется стратегия продвижения в Instagram  Уметь: Генерировать и прописывать контент-план  Владеть: Навыками создания таргетированной рекламы |
|  | | Профессиональный  (Владеет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействующими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки  в ситуациях повышенной сложности.) | Знать: Специфику продвижения в Instagram, ее особенности и алгоритмы  Уметь: Выстраивать коммуникацию с аудиторией, уметь ее подогревать и удерживать  Владеть:  Навыками ведения, настройки, оптимизации и таргетированной рекламы по разным рекламный целям |
| 5. | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | | Компетенция цифровой грамотности | |
| 6. | Средства и технологии оценки | | Тесты, практические задания | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Сценарии профессиональной траектории граждан**  **Цели получения персонального цифрового сертификата** | |
| **текущий статус** | **цель** |
| **Трудоустройство** | |
| состоящий на учете в Центре занятости | трудоустроенный,  самозанятый (фриланс), ИП/бизнесмен |
| безработный |
| безработный по состоянию здоровья |
| **Развитие компетенций в текущей сфере занятости** | |
| работающий по найму в организации, на предприятии | сохранение текущего рабочего места |
| работающий по найму в организации, на предприятии | развитие профессиональных качеств |
| работающий по найму в организации, на предприятии | повышение заработной платы |
| работающий по найму в организации, на предприятии | смена работы без изменения сферы профессиональной деятельности |
| временно отсутствующий на рабочем месте (декрет, отпуск по уходу за ребенком и др.) | повышение уровня дохода |
| временно отсутствующий на рабочем месте (декрет, отпуск по уходу за ребенком и др.) | сохранение и развитие квалификации |
| **Переход в новую сферу занятости** | |
| освоение новой сферы занятости | самозанятый, ИП/бизнесмен, расширение кругозора |