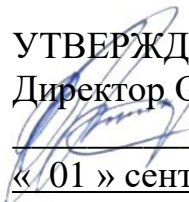


**Областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Курский техникум связи»**

УТВЕРЖДЕНО
Директор ОБПОУ «КТС»
 А.А. Грунёва
« 01 » сентября 2023 г.

**Основная программа профессионального обучения
по должности “20032 Агент рекламный”
*профессиональная подготовка***

г. город, 2021 год

Основная программа профессионального обучения по должности “20032 Агент рекламный” профессиональная подготовка

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 Ворлдскиллс по компетенции «Реклама».

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 с:

- спецификацией стандарта компетенции «Реклама»;
- профессиональным стандартом «06.043» «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Минтруда России от 04.06.2018 №366н)
- профессиональным стандартом "Специалист по интернет-маркетингу" (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н);
- Приказом Министерства образования и науки РФ N 658 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии 031601.01 Агент рекламный". Дата утверждения: 02.08.2013

Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

Присваиваемый квалификационный разряд: 3 разряд.

Рабочие места, которые возможно занять по итогам обучения по программе (трудоустройство на вакансии в организации, самозанятость, работа в качестве индивидуального предпринимателя): Junior Manager - Джуниор (юнит) менеджер (помощник менеджера)

Junior Digital Manager- Джуниор (юнит) диджитал менеджер (помощник менеджера по цифровой рекламе

Junior Account Manager /Ассистент отдела рекламы

Junior Account Manager /Младший менеджер по работе с клиентами

Младший специалист по поисковому продвижению

Ассистент специалиста по поисковому продвижению

Младший специалист по поисковой оптимизации веб-сайтов

Младший специалист по оптимизации и продвижению веб-сайтов в поисковых системах

Агент рекламный

Младший специалист по работе с социальными медиа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Ассистент специалиста по работе с социальными медиа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

2.2. Требования к результатам освоения программы

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

В результате освоения программы слушатель должен

знать:

- историю, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы»);
- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правила и принципы взаимодействия с заказчиками;
- основные подходы и способы изучения рынка
- способы анализа рынка и конкурентной среды
- инструменты для анализа и продвижения рекламы, в том числе и в интернете
- принципы формирования бюджета рекламной кампании
- принципы выбора каналов продвижения торговой марки
- технологии планирования и организации рекламных кампаний;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- способы и правила создания электронной презентации

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с ними;
- анализировать целевой рынок и продукт, подлежащий разработке, в том числе с помощью стандартных инструментов интернет-аналитики;
- составлять бриф на организацию рекламной кампании;
- использовать информационные технологии, в том числе и сетевые, для получения и несложной обработки графической информации
- выбирать и использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламных сообщений;
- пользоваться инструментами подбора ключевых слов в интернете;
- создавать рекламные и нативные тексты, в том числе и с включением в состав текста подобранных ключевых слов;
- определять бюджет рекламной кампании и ее основные составляющие;
- определять каналы продвижения торговой марки и затраты на ее продвижение;
- достигать коммуникативного эффекта при выборе каналов продвижения торговой марки;
- создавать сайт и публиковать его;
- оптимизировать сайт;
- организовывать контекстное продвижение рекламного сообщения;
- организовывать продвижение продукта/услуги/торговой марки в социальных сетях;
- оценивать эффективность рекламной кампании в интернете;
- разрабатывать качественные, наглядные и современные по стилю электронные презентации;
- проводить защиту проекта с учетом аудитории, используя современные программные и аппаратные средства
- добиваться положительной реакции аудитории при представлении проекта
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения.

3. Содержание программы

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

Трудоемкость обучения: 144 академических часа.

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

3.1 Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практич. и лаборатор. занятия	промеж. и итог. контроль	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1. Теоретическое обучение	8	8			
1.1	Модуль 2. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Реклама». Разделы спецификации	2	2			Зачет
1.2	Модуль 2. Актуальные требования рынка труда, современные технологии в профессиональной сфере	2	2			
1.3	Модуль 3. Общие вопросы по работе в статусе самозанятого	2	2			
1.4	Модуль 3. Требования охраны труда и техники безопасности	2	2			Зачет
2.	Раздел 2. Профессиональный курс	112	28	66	18	
2.1	Практическое занятие на определение стартового уровня владения компетенцией	4			4	Тест Зачет
2.2	Модуль_1. Коммуникации с заказчиком	14	4	8	2	Зачет
2.3	Модуль_2. Ключевые элементы рекламной кампании	20	6	12	2	Зачет
2.4	Модуль_3. Планирование РК	20	6	12	2	Зачет
2.5	Модуль_4. Цифровая реклама	42	8	28	6	Зачет
2.6	Модуль_5. Подготовка и проведение презентации	12	4	6	2	Зачет
3.	Квалификационный экзамен:	24			24	
	- проверка теоретических знаний;	2			2	Тест
	- практическая квалификационная работа (демонстрационный экзамен)	22			22	ДЭ ¹
	ИТОГО:	144	36	66	42	

3.2 Учебно-тематический план

№	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практич. и лаборатор. занятия	промеж. и итог. контроль	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 1. Теоретическое обучение	8	8			
1.1	Модуль 2. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация	2	2			

¹ Демонстрационный экзамен по компетенции

	стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Реклама» . Разделы спецификации					
1.2.1	Актуальное техническое описание по компетенции. Спецификация стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Реклама»	1	1			
1.2.2	Возможные траектории на рынке труда в соответствии с содержанием компетенции «Реклама»	1	1			
1.2.3	Промежуточный контроль					Тест
1.2²	Модуль 2. Актуальные требования рынка труда, современные технологии в профессиональной сфере	2	2			
1.2.1	Региональные меры содействия занятости в том числе поиска работы, осуществления индивидуальной предпринимательской деятельности, работы в качестве самозанятого	0,5	0,5			
1.2.2	Актуальная ситуация на региональном рынке труда	0,5	0,5			
1.1.3	Современные технологии в профессиональной сфере, соответствующей компетенции	1	1			
1.1.4	Промежуточный контроль					
1.3	Модуль 3. Общие вопросы по работе в статусе самозанятого	2	2			
1.3.1	Регистрация в качестве самозанятого	1	1			
1.3.2	Налог на профессиональный доход – особый режим налогообложения для самозанятых граждан	0,5	0,5			
1.3.3	Работа в качестве самозанятого	0,5	0,5			
1.4	Модуль 3. Требования охраны труда и техники безопасности	2	2			
1.4.1	Общие требования охраны труда для компетенции «Реклама»	2				
1.4.2	Промежуточный контроль					Тест
2.	Раздел 2. Профессиональный курс	112	28	66	18	
2.1	Практическое занятие на определение стартового уровня владения компетенцией	4			4	
2.1.1	Проф.тестирование	2			2	Тест
2.1.2	Практическое креативное задание по проверке стартового уровня владения компетенцией	2			2	Зачет
2.2	Модуль_1. Коммуникации с заказчиком	14	4	8	2	
2.2.1	Коммуникация с заказчиком. Анализ рынка	3	1	2		Тест, ДЗ
2.2.2	Целевая аудитория и конкурентная среда	3	1	2		Тест, ДЗ

² Занятия по темам 1.2.1 и 1.2.2 проводятся с участием представителей профильных органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации и/или органов местного самоуправления муниципального образования

2.2.3	Бриф	4	2	2		Тест, ДЗ
2.2.4	Контрольная работа	2			2	Зачет
2.2.5	Мастер-класс по разбору итогов КР	2		2		
2.3	Модуль_2. Ключевые элементы рекламной кампании	20	6	12	2	
2.3.1	Идея РК, Инсайт, УТП	6	2	4		Тест, ДЗ
2.3.2	Нейм, слоган, мудборд	6	2	4		Тест, ДЗ
2.3.3	Логотип и инфографика	4	2	2		Тест, ДЗ
2.3.4	Контрольная работа	2			2	Зачет
2.3.5	Мастер-класс по разбору итогов КР	2		2		
2.4	Модуль 3. Планирование РК	20	6	12	2	
2.4.1	Рекламная кампания – цели, задачи, стратегия. Каналы коммуникации	8	4	4		Тест, ДЗ
2.4.2	Бюджет РК. Медиапланирование. Метрики и оценки эффективности	5	1	4		Тест, ДЗ
2.4.3	Разработка плана РК	3	1	2		Тест, ДЗ
2.4.4	Контрольная работа	2			2	Зачет
2.4.5	Мастер-класс по разбору итогов КР	2		2		
2.5	Модуль 4. Цифровая реклама	42	8	28	6	
2.5.1	Конструирование и публикация сайта	6	2	4		Тест, ДЗ
2.5.2	Контекстное продвижение сообщения	12	2	10		Тест, ДЗ
2.5.3	Оптимизация сайта	6	2	4		Тест, ДЗ
2.5.4	Продвижение в социальных сетях	10	2	8		Тест, ДЗ
2.5.5	Контрольная работа	6			6	Зачет
2.5.6	Мастер-класс по разбору итогов КР	2		2		
2.6	Модуль 5. Подготовка и проведение презентации	12	4	6	2	
2.6.1	Создание цифровой презентации	4	2	2		Тест, ДЗ
2.6.2	Технологии защиты проектов	2		2		Тест, ДЗ
2.6.3	Технологии воздействия на аудиторию	2	2			Тест, ДЗ
2.6.4	Контрольная работа	2			2	Зачет
2.6.5	Мастер-класс по разбору итогов КР	2		2		
3	Квалификационный экзамен	24			24	
3.1	Проверка теоретических знаний: тестирование	2			2	Тест
3.2	Практическая квалификационная работа: демонстрационный экзамен по компетенции	22			22	ДЭ
	ИТОГО:	144	36	66	42	

3.3 Учебная программа

Раздел 1. Теоретическое обучение

Модуль 1. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Реклама». Разделы спецификации

Тема 1.2. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Реклама». Разделы спецификации

Лекция. История, современное состояние и перспективы движения WorldSkills International (WSI) и Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы»). История создания. Цели WS. История конкурсов. Терминология. Структура Чемпионатов. Экспертное сообщество Ворлдскиллс как инструмент развития профессиональных сообществ и системы подготовки кадров. Что такое Демонстрационный Экзамен и зачем он нужен.

Возможные траектории на рынке труда в соответствии с содержанием компетенции «Реклама».

Тест

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

Лекция. Стандарты в профессиональных сообществах и системе подготовки кадров. Простые медицинские услуги в обеспечении медицинского и социального ухода. Востребованность и обзор профессиональных обязанностей в учреждениях социального обслуживания, геронтологических центрах, организаций по реабилитации инвалидов, подведомственных Министерству труда и социальной защиты РФ и на дому.

Тема 3. Современные технологии в профессиональной сфере, соответствующей компетенции

Тема 1.1. Современные профессиональные технологии в рекламе

Лекция. Обзор современного состояния отрасли. Особенности современных рекламных кампаний. Традиционные каналы продвижения.

Цифровая реклама и Интернет-маркетинг. Почему онлайн реклама более прогрессивна и перспективна. Контекстное продвижение и оптимизация. Продвижение в социальных сетях.

Тест

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 1.3. Требования охраны труда и техники безопасности

Лекция. Назначение документа ОТ и ТБ компетенции «Реклама». ОТ и ТБ для слушателей, сдающих ДЭ. Требования ОТ и ТБ к экспертам и участникам чемпионатов.

Тест

Раздел 2. Профессиональный курс

Модуль 0. Практическое занятие на определение стартового уровня владения компетенцией

Тема 2.1. Практическое занятие на определение стартового уровня владения компетенцией «Реклама»

2.1.1 Профессиональное тестирование по вопросам компетенции «Реклама»

Электронный тест из 100 вопросов, входящих в тесты по всем разделам компетенции

2.1.2 Практическое креативное задание по проверке стартового уровня владения компетенцией.

Задание выстраивается на основе Модуля 2. Ключевые элементы рекламной кампании.

Слушатель знакомится с карточкой объекта рекламирования и на ее основе разрабатывает:

- Инсайт РК
- УТП
- Нейм
- Слоган
- Мудборд

- Логотип

Уровень знаний и умений слушателя определяется преподавателем на основе ИОЛ (индивидуального оценочного листа), максимальным образом приближенного к КО данного модуля на ДЭ.

Модуль 1. Коммуникации с заказчиком

Тема 2.2.1. Коммуникация с заказчиком. Анализ рынка

Лекция1. Что такое реклама и чем она занимается. Взаимоотношения рекламного агентства с рекламодателем. Кто такие рекламодатели и почему они обращаются в рекламные агентства. Как они обращаются в рекламные агентства. Как рекламное агентство взаимодействует с работодателем. Тест

Практика1. Определение понятия рынка. Определение понятия исследования рынка. Анализ рынка и его этапы. Цели анализа рынка. Первичные и вторичные исследования. ДЗ

Тема 2.2.2. Целевая аудитория и конкурентная среда

Лекция1. Понятие целевой аудитории. Важность правильного подбора ЦА. Как определить ЦА. Ошибки подбора ЦА. Сегментация ЦА. Портрет ЦА. Тест

Практика1. Определение понятия конкуренции. Конкурентная аналитика. Конкурентные преимущества. Лепестковая диаграмма как инструмент визуализации аналитики. Практическое упражнение с лепестковой диаграммой. SWOT-анализ – инструмент маркетингового анализа. ДЗ.

Тема 2.2.3. Бриф

Лекция1. Что такое бриф. Назначение. Виды брифа. Предварительное анкетирование заказчика. Тест.

Практика1. Практика написание брифа. Структура и форма брифа. Анкета работы с Заказчиком. Примеры брифа. Практическая работа по составлению брифа. ДЗ.

Тема 2.2.4. Промежуточная контрольная работа по модулю

Контрольная работа по выполнению практического задания по Модулю 1.

- Заполнение Формы 1
- Определение структуры брифа
- Проведение первичного анализа рынка, конкурентной среды и ЦА
- Написание брифа

Тема 2.2.5 Разбор результатов КР

Мастер-класс. Разбор результатов выполнения контрольной работы по Модулю 1.

Публичное заполнение индивидуального оценочного листа (ИОЛ) 3-5 слушателей с разбором качества выполненных заданий. Разъяснения нюансов заданий и критериев оценки. Ответы на вопросы слушателей.

Модуль 2. Ключевые элементы рекламной кампании

Тема 2.3.1. Идея РК, Инсайт, УТП

Лекция1. Идея РК. Что такое идея. Сложности с нахождением идеи РК. Чем можно заменить идею РК. Шаблоны и шаблоны идей. Лайфхак вместо идеи или в качестве информационного повода. Тест.

Практика1. Понятие инсайта. Отличие инсайта от идеи. В чем ценность инсайта. Основные признаки инсайта. Необходимое и достаточное условие инсайта. Примеры удачных инсайтов РК. Практика разработки инсайтов. ДЗ.

Практика2. Уникальное Торговое Предложение (УТП). Что такое УТП. Зачем нужно УТП. Отличие УТП от акции. Признаки УТП. Технологии создания УТП, практика. Примеры УТП. ДЗ.

Тема 2.3.2. Нейм, слоган, мудборд

Лекция1. Что такое нейм. Зачем нужен нейм. Как разработать нейм, практика. Что такое слоган. Зачем нужен слоган. Как разработать слоган, практика. Проверка нейма и слогана на оригинальность. Что такое мудборд. Назначение и способы создания. Тест.

Практика1. Что такое облачные конструкторы. Назначение и возможности облачных конструкторов. Создание мудборда с помощью mucollages.ru. Создание мудборда с помощью www.canva.com. Практика создания мудборда. ДЗ.

Тема 2.3.3. Логотип и инфографика

Лекция1. Что такое корпоративная идентификация. Что такое фирменный стиль. Что такое брэндбук и его назначение. Какие элементы входят в состав брэндбука. Роль брэндбука для рекламной кампании. Что такое логотип. Какие разновидности логотипа существуют. Что такое товарный знак. В чем отличие логотипа от товарного знака. Что такое инфографика. Для чего нужна инфографика. Виды инфографики. Что такое дашборд. В чём преимущества инфографики при информировании целевой аудитории. Тест.

Практика1. Технологии быстрого создания логотипа и фирменного блока. Способы разработки инфографики. ДЗ.

Тема 2.3.4. Промежуточная контрольная работа по модулю

Контрольная работа по выполнению практического задания по Модулю 2.

- Заполнение Формы 2
- Выделение инсайта для рекламной кампании
- Определение УТП для рекламной кампании
- Разработка нейма и тестирование его на оригинальность
- Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта)
- Первичная визуализация идеи посредством мудборда
- Разработка логотипа

Тема 2.3.5 Разбор результатов КР

Мастер-класс. Разбор результатов выполнения контрольной работы по Модулю 2.

Публичное заполнение индивидуального оценочного листа (ИОЛ) 3-5 слушателей с разбором качества выполненных заданий. Разъяснения нюансов заданий и критериев оценки. Ответы на вопросы слушателей.

Модуль 3. Планирование РК

Тема 2.4.1. Рекламная кампания – цели, задачи, стратегия. Каналы коммуникации

Лекция1. Какие уровни рекламного планирования существуют. Чем они отличаются между собой. Что такое стратегическое планирование рекламы. Какие составляющие у рекламной стратегии. Влияние моделей бизнеса на каналы коммуникаций. Тест

Лекция2. Цели рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний. Задачи рекламных кампаний. Творческие рекламные стратегии. Тест.

Практика1. Средства доставки рекламных сообщений. Определение каналов коммуникации. Обзор возможностей ATL и BTL. Интернет-реклама. Практическая работа. ДЗ.

Практика2. Основные способы продвижения сообщений посредством интернета. Контекстное продвижение в поисковых сетях. Что такое SEA. Что такое SEO. В чем отличия. Продвижение в социальных сетях. Таргетированная реклама. Рассылки и рекламные площадки в интернете. Практическая работа. ДЗ.

Тема 2.4.2. Бюджет РК. Медиапланирование. Метрики и оценки эффективности

Лекция1. План рекламной кампании. Что такое рекламная кампания. Что является составляющим рекламной кампании. Составляющие комплексной рекламной кампании. Какие виды рекламных кампаний бывают. Медиапланирование. Разработка бюджета РК. Структура бюджета РК. Составляющие статьи бюджета РК. Особенности бюджета для интернет-рекламы. Тест.

Практика1. Способы предварительных оценок. Проверка эффективности РК в ходе кампании. Внесение изменений в ход РК. Итоговая оценка эффективности РК. Коллтрекинг как инструмент оценки эффективности по ходу кампании. Предварительная оценка эффективности в Яндекс.Директ. Практика. ДЗ.

Тема 2.4.3. Разработка плана РК

Лекция1. Структура плана рекламной кампании. Карточка объекта рекламирования. Цели разбираемой рекламной кампании. Выбор каналов и способов продвижения рекламного сообщения (не менее трёх). Составление бюджета разбираемой рекламной кампании. Потенциальные способы оценки эффективности. Тест.

Практика1. Составление плана РК. Предварительная оценка эффективности РК в Яндекс.Директ. ДЗ.

Тема 2.4.4. Промежуточная контрольная работа по модулю

Контрольная работа по выполнению практического задания по Модулю 3.

- Заполнение Формы 3
- Разработка плана рекламной кампании (РК)
- Определение каналов продвижения торговой марки
- Определение предварительной оценки бюджета РК для интернет-продвижения по поиску
- Определение перспективных каналов в интернет-среде
- Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете

Тема 2.3.5 Разбор результатов КР

Мастер-класс. Разбор результатов выполнения контрольной работы по Модулю 3.

Публичное заполнение индивидуального оценочного листа (ИОЛ) 3-5 слушателей с разбором качества выполненных заданий. Разъяснения нюансов заданий и критериев оценки. Ответы на вопросы слушателей.

Модуль 4. Цифровая реклама

Тема 2.5.1. Конструирование и публикация сайта

Лекция1. Что такое цифровая реклама. Цифровая реклама против традиционной рекламы. Виды цифровой рекламы. Как работает цифровая реклама. Что такое мини-сайт и для чего он используется. Что такое лендинг-пейдж. Зачем нужны лендинг-пейджи. Разница между мини-сайтом и лендинг-пейджем. Другие разновидности мини-сайтов. Сайт-визитка и его особенности. Лидогенерация. Тест.

Практика1. Конструкторы для сайтов. Возможности Site123.com. Работа с готовыми шаблонами сайтов. Создание сайта. Публикация сайта. Платные возможности хостинга и домена. ДЗ.

Практика2. Создание сайта в WiX. Автоматический сервис. Дизайнерский сервис. Шаблоны. Публикация. ДЗ.

Тема 2.5.2. Контекстное продвижение сообщения

Лекция1. Контекстное продвижение в интернете SEM=SEA+SEO. Что такое SEA. Контекстная реклама. Контекстное продвижение рекламного сообщения. Тест.

Практика1. Составление рекламного сообщения. Понятие копирайтинга. Кто такой копирайтер. Особенности работы копирайтера для интернет-продвижения сообщений. Копирайтинг с учетом SEO-SEA-SMM. Оригинальность текстов. Антиплагиат. ДЗ.

Лекция2. Яндекс реклама – особенности и преимущества. Яндекс.Директ как инструмент контентного продвижения рекламных сообщений. Организация рекламной кампании в Яндекс.Директ. Wordstat. Формирование семантического ядра в Яндекс.Директ. Тест.

Практика2. Организация рекламной кампании в Яндекс.Директ. Выделение УТП (если возможно). Подбор семантического ядра. Регистрация в Яндекс.Директ. Составление рекламного объявления. Настройки РК. Запуск РК. ДЗ.

Практика3. Рекламная кампания в ЯД. Оценка эффективности. Корректировка настроек РК. ДЗ.

Практика4. Регистрация и организация кампании в Google Ads. Как подобрать ключевые слова и сформировать семантическое ядро в Google Ads. Как подобрать нужный бюджет рекламной кампании.

Практика5. Как предварительно оценить эффективность рекламной кампании в Google Ads. Запуск рекламной кампании. Корректировка хода РК. ДЗ.

Тема 2.5.3. Оптимизация сайта

Лекция1. Понятие SEO-оптимизации сайтов. Основные аспекты SEO продвижения сайтов. Возможности SEO в поисковых системах. Способы оптимизации сайтов. Тест.

Лекция2. Оптимизация сайта посредством конструктора. Оптимизационные возможности конструкторов сайтов. Можно ли оптимизировать сайты, созданные в конструкторах. Оптимизационные возможности WiX. Тест.

Практика1. Продвижение сайта с помощью SEO. Создание сайта в конструкторе, его публикация и процессы оптимизации.

Практика2. Внутренняя и внешняя оптимизация сайта в конструкторах, возможности.

Практика внутренней и внешней оптимизации. ДЗ.

Тема 2.5.4. Продвижение в социальных сетях

Лекция1. Продвижение в социальных сетях. Что такое SMM. Кто и зачем прибегают к продвижению в соц.сетях. Как SMM использовать в рекламных целях. Что такое социальные медиа. Как организуются продвижения в социальных медиа. Тест.

Практика1. Практика использования SMM в рекламных целях. Продвижение в социальных медиа. Выбор соц.сети и стратегии работы. Способы продвижения в соц.сетях. Клиентский Аватар. Практическая работа по составлению аватара. ДЗ.

Практика2. Нативная реклама. Отличия нативного сообщения от стандартных. Достоинства нативной рекламы. Написание нативного сообщения. ДЗ.

Лекция2. Продвижение в ВКонтакте и ФБ. Чем социальные сети полезны для бизнеса. Сложности продвижения в социальных сетях. Как организовать рекламную кампанию в социальной сети. Что такое контент-план. Как набирать целевую аудиторию в соц.сети. Как определить эффективность РК в социальной сети. Можно ли отслеживать продажи через социальные сети. Тест.

Практика3. Определение подходящей группы в социальной сети. Размещение сообщения. Размещение нативного сообщения. Организация РК в ВКонтакте и на ФБ. ДЗ.

Практика4. Практика продвижения сообщения в социальных сетях посредством сторонних ресурсов. Продвижения с помощью Bosslike. Продвижение социальных сообщений. ДЗ.

Тема 2.5.5 Промежуточная контрольная работа по модулю

Контрольная работа по выполнению практического задания по Модулю 4.

- Заполнение Формы 4
- Создание и публикация мини-сайта в интернете
- Подбор ключевых слов
- Рекламная кампания в Яндекс
- Предварительная оценка эффективности РК
- Оптимизация сайта
- Аватар клиента
- Нативное сообщение в 1200 символов
- Размещение сообщения в соц.сетях
- Организации продвижения сообщения в соц.сети

Тема 2.5.6 Разбор результатов КР

Мастер-класс. Разбор результатов выполнения контрольной работы по Модулю 4.

Публичное заполнение индивидуального оценочного листа (ИОЛ) 3-5 слушателей с разбором качества выполненных заданий. Разъяснения нюансов заданий и критериев оценки. Ответы на вопросы слушателей.

Модуль 5. Подготовка и проведение презентации

Тема 2.6.1. Создание цифровой презентации

Лекция1. Подготовка презентации с помощью традиционных средств. PowerPoint – надежное средство создания цифровых презентация. Возможности и недостатки PP. Тест.

Лекция2. Возможности конструкторов по созданию электронных презентаций. Создание презентаций в PP на основе шаблонов конструктора. Тест.

Практика1. Упражнение с использованием конструкторов для создания электронных презентаций. Технология использования шаблонов конструкторов для РР. ДЗ.

Тема 2.6.2. Технологии защиты проектов

Практика1. Упражнение по созданию презентации с учетом требований и рекомендаций к электронным презентациям для создания удачных презентаций. ДЗ.

Тема 2.6.3. Технологии воздействия на аудиторию

Лекция1. Взаимодействие с аудиторией. Приемы воздействия на аудиторию. Ритм и смена ритма. Тембр и смена тембра. Как правильно начать защиту. Как правильно закончить защиту. Тест.

Тема 2.6.4. Промежуточная контрольная работа по модулю

Контрольная работа по выполнению практического задания по Модулю 5.

- Заполнить Форму 5
- Создать электронную презентацию
- Использовать элементы анимации (GIF) или видео
- Использование элементов фирменной графики
- Использование инфографики
- Использование мудборда в публикации
- Публикация презентации
- Публичная защита презентации

Тема 2.6.5 Разбор результатов КР

Мастер-класс. Разбор результатов выполнения контрольной работы по Модулю 5.

Публичное заполнение индивидуального оценочного листа (ИОЛ) 3-5 слушателей с разбором качества выполненных заданий. Разъяснения нюансов заданий и критериев оценки. Ответы на вопросы слушателей.

4. Организационно-педагогические условия реализации программы

4.1. Материально-технические условия реализации программы

Материально-техническое оснащение рабочих мест преподавателя программы и слушателя программы отражено в приложении к программе.

Материально-техническое оснащение проведения демонстрационного экзамена – в соответствии с инфраструктурным листом КОД ДЭ, используемого для проведения итоговой аттестации по программе.

4.2. Учебно-методическое обеспечение программы

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;
- поурочные электронные презентации;
- электронные тесты;
- практические работы;
- 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 профессий и навыков (электронный ресурс) режим доступа: <https://worldskills.ru>;

4.3. Кадровые условия реализации программы

Количество педагогических работников (физических лиц), привлеченных для реализации программы _чел. Из них:

- Сертифицированных экспертов Ворлдскиллс по соответствующей компетенции _ чел.
- Экспертов с правом проведения чемпионата по стандартам Ворлдскиллс по соответствующей компетенции _ 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.

5. Оценка качества освоения программы

Промежуточная аттестация по программе предназначена для оценки освоения слушателем каждого модуля 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 четырехбалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Итоговая аттестация проводится в форме квалификационного экзамена, который включает в себя практическую квалификационную работу (в форме демонстрационного экзамена) и проверку теоретических знаний (тестирование).

Для итоговой аттестации используется КОД № 2.2 «Короткие программы» по компетенции «Реклама», 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». Перевод баллов в оценку осуществляется в соответствии с таблицей:

Оценка	«2»	«3»	«4»	«5»
Количество набранных баллов в рамках ДЭ	0-20	20,1-40	40,1-60	60,1-100

6. Составители программы

Разработано Академией Ворлдскиллс Россия совместно с сертифицированными (корневыми) экспертами Ворлдскиллс Россия и организациями, осуществляющими образовательную деятельность.

Приложение к основной программе
 профессионального обучения
 по должности *Агент рекламный*
 профессиональная подготовка
 с учетом стандарта Ворлдскиллс
 по компетенции «Реклама».

**Материально-техническое оснащение рабочих мест преподавателя программы
 и слушателя программы**

Материально-техническое оснащение рабочего места преподавателя программы:

Вид занятий	Наименование помещения	Наименование оборудования	Количество	Технические характеристики, другие комментарии (при необходимости)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Лекции	Аудитория	Ноутбук	1	Оперативная память не ниже 8 Гб Наличие SSD (возможно сочетание с HDD) Суммарный объем памяти не ниже 240 Гб Видеопамять не ниже 2 Гб Наличие видекамеры и наушников с микрофоном при дистанционной форме занятий
Практические занятия, тестирование, защита проекта	Компьютерный класс,	Компьютер или ноутбук	1	Оперативная память не ниже 8 Гб Наличие SSD (возможно сочетание с HDD) Суммарный объем памяти не ниже 240 Гб Видеопамять не ниже 2 Гб Наличие видекамеры и наушников с микрофоном при дистанционной форме занятий
	Презентор		1	
	Проекционное оборудование		1	

Материально-техническое оснащение рабочего места слушателя программы:

Вид занятий	Наименование помещения	Наименование оборудования	Количество	Технические характеристики, другие комментарии (при необходимости)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Лекции	Аудитория	Ноутбук	1	Оперативная память не ниже 8 Гб Наличие SSD (возможно сочетание с HDD) Суммарный объем памяти не ниже 240 Гб Видеопамять не ниже 2 Гб Наличие видекамеры и наушников с микрофоном при дистанционной форме занятий

Практические занятия	Компьютерный класс, полигон	Ноутбук	1	Оперативная память не ниже 8 Гб Наличие SSD (возможно сочетание с HDD) Суммарный объем памяти не ниже 240 Гб Видеопамять не ниже 2 Гб Наличие видеокамеры и наушников с микрофоном при дистанционной форме занятий
----------------------	-----------------------------	---------	---	--