

Программа учебного модуля дополнительных профессиональных программ для целей обеспечения потребностей в дополнительном профессиональном образовании персонала и внешних заказчиков ПОО, потребности в повышении квалификации и переподготовке рабочих и служащих на основе технологии проектного обучения

1. Название модуля: Инстаграм менеджер.

2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение:

К освоению программы (модуля) допускаются лица, имеющие среднее профессиональное образование или имеющие высшее образование.

3. Цель освоения модуля: Формирование у слушателей совокупности знаний и навыков в области теории и практики инстаграм маркетинга.

4. Форма обучения очная с применением ДОТ.

5. Планируемые результаты обучения

Планируемые результаты обучения определены с учетом требований

Перечень профессиональных компетенций¹, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения:

ПК 1 Способность решать маркетинговые задачи в различных отраслях и сферах деятельности

ПК 2 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб с общественностью, фирмы и организации

В результате освоения модуля слушатель должен приобрести знания и умения, необходимые для качественного изменения перечисленной выше профессиональной компетенции. 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;

¹ Профессиональные компетенции могут определяться на основе профессиональных стандартов, квалификационного справочника, требований конкретного заказчика.

- 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).

6. Учебный план²

№ п/п	Наименование раздела ³	Всего, час	Занятия с использованием ДОТ и ЭО ⁴ , час.		СРС/проектная работа, час.	Форма аттестации по модулю
			из них			
			теоретические занятия	практические занятия		
1	2	3	6	7	8	9
1.	Роль и задачи SMM в бизнесе	4	2		2	
1.1.	<i>Поведение клиентов бизнеса в социальных сетях</i>	2	1		1	
1.2.	<i>Анализ целевой аудитории и конкурентов</i>	2	1		1	
2.	Основы работы в инстаграм	6	2	2	2	
2.1.	<i>Возможности социальной сети Инстаграм</i>	3	1	1	1	
2.2.	<i>Виды стратегии продвижения в Инстаграм</i>	3	1	1	1	
3.	Работа с контентом	8	3	2	3	
3.1.	<i>Понятие продающего контента</i>	2	1		1	

² При отсутствии аудиторных или занятий с использованием ДОТ и ЭО, СРС/ проектной работы слушателей аттестации соответствующие графы можно исключить.

³ В учебном плане указываются основные содержательные блоки модуля, общее количество часов и разбивка их по видам работ.

⁴ ДОТ – дистанционные образовательные технологии; ЭО – электронное обучение.

3.2.	<i>Копирайтинг</i>	3	1	1	1	
3.3.	<i>Визуальный контент</i>	3	1	1	1	
4.	Инструменты продвижения	12	5	2	5	
4.1.	<i>Таргетированная реклама</i>	2	1		1	
4.2.	<i>Настройка рекламного кабинета</i>	6	2	2	2	
4.3.	<i>Influence-маркетинг</i>	2	1		1	
4.4.	<i>Дополнительные инструменты</i>	2	1		1	
5.	Отчётность и организация работы	4	2		2	
5.1.	<i>Работа с заказчиками</i>	2	1		1	
5.2.	<i>Составление отчета</i>	2	1		1	
Зачет ⁵		2				2, зачет
Всего:		36	14	6	14	2

7. Календарный учебный график

Наименование разделов	Объем нагрузки, ч.	Учебные дни недели ⁶			
		1	2	3	4
Роль и задачи SMM в бизнесе	4				
Основы работы в инстаграм	6				
Работа с контентом	8				
Инструменты продвижения	12				
Отчётность и организация работы	4				
Аттестация по модулю	2				

8. Организационно–педагогические условия

8.1 Материально-технические условия реализации модуля

Вид ресурса ⁷	Характеристика ресурса и количество
Компьютерный класс	Компьютер/ноутбук с доступом в интернет
Программное обеспечение для реализации модуля на основе дистанционных образовательных технологий или в рамках смешанного обучения	Windows 10

⁵ Зачёт или экзамен.

⁶ Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение.

⁷ При отсутствии требования к наличию ресурса соответствующая строка удаляется.

8.2. Кадровые ресурсы

Вид ресурса ⁸	Характеристика ⁹ ресурса и количество
Руководитель проекта/куратор	Опыт работы не менее 1 года, высшее образование
Лектор	Опыт работы не менее 3 лет, педагогическое образование

8.3. Учебно-методическое обеспечение модуля¹⁰

<p>Основная литература</p> <ol style="list-style-type: none">1. Альтшулер, И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации. - Москва: Вершина, 2012. - 232 с.2. Ашманов И., Иванов А. Продвижение сайта в поисковых системах. – М.:Вильямс, 2013.3. Каменева Н.Г., Поляков В.А. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие. - М.: Вузовский учебник, 2013. - 439с.4. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. Изд-во ПИТЕР, 2012. - 816с.5. Маркетинг: Учебник / Под общ.ред. В.В. Герасименко. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 416с.
<p>Дополнительная литература</p> <ol style="list-style-type: none">1. Басовский Л.Е. Маркетинг.: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 219с.2. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. Электронный учебник. Издательство КНОРУС, 2012г.3. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: учебное пособиею - М.: Форум: ИНФРА- М, 2011. -176с.4. Каталано Фр., Смит Б. Интернет-маркетинг для чайников. – М.: Диалектика, 2011.5. Китова О.В. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 328с.6. Савенкова Т.И. Основы практического маркетинга. М.: Экономистъ, 2012. - 136 с.7. Сачук Т.В Территориальный маркетинг. СПб.: Питер, 2011. - 368 с.
<p>Электронные ресурсы</p> <ol style="list-style-type: none">1. http://marketing.iligent.ru/internet/ (мониторинг новостей интернетмаркетинга)2. www.manager.ru (Все о менеджменте, маркетинге, рекламе)3. www.7st.ru (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)4. www.marketolog.ru (Сайт маркетологов)5. http://www.searchengines.ru/ (энциклопедия поисковых систем)

⁸ Перечень участников зависит от штатного расписания конкретной ПОО. Здесь приводится примерный список.

⁹ Характеристика может включать требования к образованию, опыту работы и т. п.

¹⁰ Здесь приводятся учебные материалы, презентации, список литературы, рекомендуемой слушателям для освоения модуля, и интернет-источников, содержащих полезную информацию.

9. Оценка качества освоения модуля

9.1 *Формы текущего контроля успеваемости и аттестации по модулю:*

Наименование раздела	Форма текущего контроля успеваемости и аттестации по модулю	Шкала оценки (баллы, «зачтено» / «не зачтено»)	Критерии оценивания
Аттестация по модулю	Кейс	«зачтено» / «не зачтено»)	<p>Зачтено: Выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. Высокий уровень умений и навыков. Выполнен итоговый проект.</p> <p>Не зачтено: Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. Недостаточный уровень умений и навыков. Отсутствие итогового проекта.</p>

9.2. *Примеры оценочных материалов для текущего контроля успеваемости и аттестации по модулю (примеры оценочных материалов, примеры решений, требования к содержанию заданий).*

Разработана стратегия продвижения в социальной сети Инстаграм:

Разработан контент план на месяц. Разработаны рубрики для постов. Подготовлены тематики постов и визуал к ним. Настроен рекламный кабинет

в Facebook. Запущена таргетированная реклама. Работа с блогерами.
Проведен анализ.