

Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»  
162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

Одобрено решением  
Педагогического совета  
Протокол № 4  
от 15 июля 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ПО

«Флагман образования»

/А.А. Баринова

15» июля 2025г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ

SMM-менеджер

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Присваиваемая квалификация:** SMM-менеджер

Трудоемкость: 600 часов

Срок обучения: 30 недель

Форма обучения: Заочная, с применением дистанционных образовательных технологий

Режим занятий: 20 часов в неделю

Череповец,  
2025

Программа разработана в соответствии с требованиями:

- приказа Министерства образования и науки РФ от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (приказа Министерства науки и высшего образования РФ от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», вступает в силу с 01.09.2025 г.),
- Методических рекомендаций по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов, утвержденными Министерством образования и науки РФ 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн.

Содержание программы учитывает требования профессионального стандарта 06.043 Специалист по интернет-маркетингу, утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года № 95н и Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального/высшего образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. № 539.

Разработчики:

*Преподаватели АНО ПО «Флагман образования»*

## **СОДЕРЖАНИЕ**

	стр.
1. Общая характеристика программы	4
2. Структура и содержание программы	12
3. Рабочие программы дисциплин	13
4. Организационно-педагогические условия реализации программы	17
Приложение 1. Рабочие программы учебных дисциплин	20
Приложение 2. Программа итоговой аттестации	95

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Программа профессиональной переподготовки «SMM-менеджер», является дополнительной профессиональной программой и представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестаций, разработанный и утвержденный АНО ПО «Флагман образования» с учетом потребностей общероссийского и регионального рынка труда.

Программа разработана на основе следующих нормативных документов:

- Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. №197-ФЗ (с изменениями и дополнениями);
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 апреля 2013 г. №148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- 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 Министерства науки и высшего образования РФ от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», вступает в силу с 01.09.2025 г.);
- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих 4-е издание, дополненное, утвержденного постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта «06.043 Специалист по интернет-маркетингу» (Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской 19 февраля 2019 года N 95н).
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта «08.035 Маркетолог» (Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской 08 ноября 2023 года N 790н).
- Статья 76. Дополнительное профессиональное образование Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ (с изменениями и дополнениями);
- Устав АНО ПО «Флагман образования»;
- Положение о дополнительном профессиональном образовании и дополнительном образовании детей и взрослых в АНО ПО «Флагман образования».

Срок обучения составляет 8 месяцев (30 недель). Программа профессиональной переподготовки «SMM-менеджер» содержит рабочие

программы учебных дисциплин: 13 обязательных дисциплин (приложение 2) и итоговой аттестации (приложение 3).

**ПЕРЕЧЕНЬ ОПРЕДЕЛЕНИЙ И СОКРАЩЕНИЙ**

СПО – среднее профессиональное образование

ДПП – дополнительная профессиональная программа

ОК – общие (общекультурные) компетенции

ОПК – общепрофессиональные компетенции

ОТФ – обобщенная трудовая функция

ПК – профессиональные компетенции

ПС – профессиональный стандарт

ПСК – профессионально-специализированные компетенции

ТФ – трудовая функция

УК – универсальные компетенции

ФГОС – федеральный государственный образовательный стандарт

## **1.1. Цель программы**

Подготовка специалистов в области социальных медиа-маркетинга для успешной работы в современных условиях цифровой среды. Программа ориентирована на освоение ключевых навыков и знаний, необходимых для эффективного управления и продвижения бренда через различные социальные медиа-платформы.

## **1.2. Требования к слушателям**

К освоению программы профессиональной переподготовки допускаются:

- лица, имеющие высшее образование в области дизайна, разработки.
- лица, имеющие непрофильное высшее образование или получающие высшее образование.
- лица, имеющие или получающие среднее профессиональное образование в области Коммерции и Рекламы.

## **1.3. Связь дополнительной профессиональной программы с профессиональными стандартами**

Наименование программы	Наименование выбранного профессионального стандарта (одного или нескольких), ОТФ и (или) ТФ	Уровень квалификации ОТФ и (или) ТФ
«SMM-менеджер»	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ 06.043 Специалист по интернет-маркетингу (Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н).	ОТФ С4. Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта С/02.4 Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» С/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

**Сопоставление описания квалификации в профессиональном стандарте с требованиями к результатам подготовки по ФГОС СПО**

<b>Профессиональный стандарт</b>	<b>УРОВЕНЬ СПО НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 38.02.04 Коммерция (по отраслям)</b>
Трудовые функции: C/01.4 C/02.4 C/03.4	Виды профессиональной деятельности: • Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью. • Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности. • Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров.

#### **1.4. Планируемые результаты обучения**

Выпускник, освоивший профессиональную программу дополнительного профессионального образования (профессиональной переподготовки) должен обладать компетенциями, позволяющими выполнять трудовые функции Специалиста по интернет-маркетингу.

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения программы соотнесенных с ФГОС СПО представлен ниже.

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения программы соотнесенных с ФГОС СПО

Выпускник должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности (обязательные результаты):		
<b>Вид деятельности/трудовая функция</b>	<b>Наименование профессиональных компетенций (ФГОС СПО)</b>	<b>Шифр и название компетенции в ДПП, для формирования трудовых функций, определенных профстандартом</b>
C/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта	ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 1. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров ПК 2. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений

С/02.4 Управление коммуникациями в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 3. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации ПК 2. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений
С/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	ПК 1. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров ПК 4. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации

Выпускник, освоивший программу способен к выполнению трудовых функций и необходимых для этого трудовых действий.

## КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ

Карта компетенций программы профессиональной переподготовки представляет декомпозицию вышеуказанных компетенций на уровне «знать, уметь».

Соотнесение трудовых функций, трудовых действий, умений и знаний профессионального стандарта с формируемыми компетенциями

Трудовые функции	Трудовые действия	Умения	Знания	Шифр компетенции ДПП
C/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно- телекоммуникац ионной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта	<ul style="list-style-type: none"> <li>Составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> <li>Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и площадки в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> <li>Составление отчета об условиях размещения информации на подобранных площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа</li> <li>Анализировать тематику площадок в социальных медиа</li> <li>Оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Функционирование современных социальных медиа</li> <li>Аудитория различных социальных медиа</li> <li>Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории</li> <li>Особенности функционирования поисковых машин</li> <li>Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> <li>Основы компьютерной грамотности</li> <li>Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов</li> </ul>	ПК 1. ПК 2.

<p>C/02.4 Управление коммуникациям и в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> <li>• Размещение информационных сообщений на площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> <li>• Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Использовать инструментарий современных социальных медиа</li> <li>• Обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ</li> <li>• Использовать профессиональные инструменты для проверки текстов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Функционирование современных социальных медиа</li> <li>• Аудитория различных социальных медиа</li> <li>• Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> <li>• Основы компьютерной грамотности</li> <li>• Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов</li> <li>• Методы обработки текстовой и графической информации</li> <li>• Основы копирайтинга и веб-райтинга</li> </ul>	<p>ПК 3. ПК 2.</p>
<p>C/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании</li> <li>• Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</li> </ul> <p>Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Использовать рекламные возможности современных социальных медиа</li> <li>• Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа</li> <li>• Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Функционирование современных социальных медиа</li> <li>• Аудитория различных социальных медиа</li> <li>• Рекламные возможности современных социальных медиа</li> <li>• Основы компьютерной грамотности</li> <li>• Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов</li> <li>• Методы обработки текстовой и графической информации</li> </ul>	<p>ПК 1. ПК 4.</p>

## МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ

Матрица компетенций с указанием оценочных средств

	Дисциплина	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	Форма аттестации	Результат
1.	Психология управления	+			+	Диф.3	Тест
2.	Командная работа. Управление человеческими ресурсами	+			+	Диф.3	Тест
3.	Основы SMM	+	+	+		Диф.3	Тест
4.	Индивидуальный учебный проект в social media	+	+	+		Диф.3	Индивидуальное задание
5.	Контекстная реклама	+	+	+		Диф.3	Тест
6.	Введение в интернет-маркетинг	+		+		Диф.3	Тест
7.	Визуальный креатив	+				Диф.3	Индивидуальное задание
8.	Контент-маркетинг			+		Диф.3	Индивидуальное задание
9.	Копирайтинг			+		Диф.3	Индивидуальное задание
10.	Разработка digital-стратегии	+				Диф.3	Индивидуальное задание
11.	Веб-аналитика	+	+	+		Диф.3	Тест
12.	Инфлюэнс-маркетинг				+	Диф.3	Индивидуальное задание
13.	Вирусный контент	+	+			Диф.3	Тест
14.	Таргетированная реклама		+			Диф.3	Индивидуальное задание
15.	Управление командой	+	+	+		Диф.3	Индивидуальное задание

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный план

#### программы профессиональной переподготовки

#### «SMM-менеджер»

**Присваиваемая квалификация:** SMM-менеджер

**Срок обучения:** 600 академических часов

**Форма обучения:** заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и(или)электронного обучения.

	Дисциплина/модуль	Всего ак. часов	Форма контроля		В том числе			CPC	
			Экзамен	Диф.Зачет	Аудиторные				
					Всего	Лекции	Практ. занятия		
1.	Психология управления	70	0	Диф.зачет	60	20	40	10	
2.	Командная работа. Управление человеческими ресурсами	70	0	Диф.зачет	60	20	40	10	
3.	Основы SMM	38	0	Диф.зачет	34	16	18	4	
4.	Индивидуальный учебный проект в social media	42	0	Диф.зачет	34	16	18	8	
5.	Контекстная реклама	44	0	Диф.зачет	38	16	22	6	
6.	Введение в интернет-маркетинг	44	0	Диф.зачет	38	16	22	6	
7.	Визуальный креатив	30	0	Диф.зачет	24	8	16	6	
8.	Контент-маркетинг	32	0	Диф.зачет	26	8	18	6	
9.	Копирайтинг	44	0	Диф.зачет	38	16	22	6	
10.	Разработка digital-стратегии	44	0	Диф.зачет	38	16	22	6	
11.	Веб-аналитика	14	0	Диф.зачет	12	4	8	2	
12.	Инфлюэнс-маркетинг	38	0	Диф.зачет	32	16	16	6	
13.	Вирусный контент	38	0	Диф.зачет	32	16	16	6	
14.	Таргетированная реклама	22	0	Диф.зачет	20	4	16	2	
15.	Управление командой	22	0	Диф.зачет	20	4	16	2	
16.	Консультация по ИА	2	2	0	0	0	0	0	
17.	Итоговая аттестация	6	6	0	0	0	0	0	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>600</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>506</b>	196	310	<b>86</b>	

## 2.2. Календарный учебный график

№ п\п	Наименование дисциплины	Учебные период и нагрузка в часах							
		1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.
1	Психология управления	70							
2	Командная работа. Управление человеческими ресурсами	10	60						
3	Основы SMM		20	18					
4	Индивидуальный учебный проект в social media			42					
5	Контекстная реклама			20	24				
6.	Введение в интернет-маркетинг				44				
7.	Визуальный креатив				12	18			
8.	Контент-маркетинг					32			
9.	Копирайтинг					30	14		
10.	Разработка digital-стратегии						44		
11.	Веб-аналитика						14		
12.	Инфлюэнс-маркетинг						8	30	
13.	Вирусный контент							38	
14.	Таргетированная реклама							12	10
15.	Управление командой								22
16.	Консультация по ИА								2
17.	Итоговая аттестация								6
Всего часов		80	80	80	80	80	80	80	40

## 3. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН

В Приложении 1 представлены рабочие программы дисциплин/модулей курса:

Рабочая программа дисциплины «Психология управления»

Рабочая программа дисциплины «Командная работа. Управление человеческими ресурсами»

Рабочая программа дисциплины «Основы SMM»

Рабочая программа дисциплины «Индивидуальный учебный проект в social media»

Рабочая программа дисциплины «Контекстная реклама»

Рабочая программа дисциплины «Введение в интернет-маркетинг» Рабочая программа дисциплины «Визуальный креатив»

Рабочая программа дисциплины «Контент-маркетинг» Рабочая программа дисциплины «Копирайтинг»

Рабочая программа дисциплины «Разработка digital-стратегии» Рабочая программа дисциплины «Веб-аналитика»

Рабочая программа дисциплины «Вирусный контент» Рабочая

программа дисциплины «Таргетированная реклама» Рабочая программа дисциплины «Управление командой».

### **3.1 Формы аттестации, оценочные материалы и критерии оценивания результатов обучения**

Итоговая аттестация предполагает проверку результатов освоения программы профессиональной переподготовки, т.е. оценку сформированных всех компетенций, предусмотренных программой.

Аттестация осуществляется в форме защиты итоговой аттестационной работы и/или просмотром сформированного индивидуального портфолио и/или тестирования.

**Предмет и объект оценивания с указанием критерии и шкал**

Предмет оценивания знания, умения, владение	Объект оценивания - продукт деятельности процесс, продукт и процесс	Показатели оценки	Критерии оценки	Шкалы оценки
Знания ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Ответ на вопросы членов комиссии или отсутствие ответов	Актуальность Научность Полнота изложения	Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих конкретных задач	Отлично Компетенции освоены в полном объеме (100 - 90%)
			Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Хорошо Компетенции освоены от 75% до 89%
			Слушатель способен применять знания в ограниченной области профессиональной деятельности	Удовлетворительно Компетенции освоены от 60% до 74%
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Неудовлетворительно Компетенции освоены меньше 60%

			Слушатель способен применять знания в широкой и ограниченной области профессиональной деятельности при решении Теоретических и практических задач	Зачтено Компетенции освоены от 60% и более
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности при решении общих и конкретных задач	Не зачтено Компетенции освоены меньше 60%
Умения ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Выполнение практических заданий в период подготовки к итоговой защите работы	Достижение планового результата  Активность, инициатива, толерантность, лидерство	Слушатель способен применять умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих и конкретных задач	Отлично Компетенции освоены в полном объеме (100 - 90%)
			Слушатель способен применять умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Хорошо Компетенции освоены от 75% до 89%
		Качество и полнота аргументов, умение отстоять свою точку зрения	Слушатель способен применять умения в ограниченной области профессиональной деятельности	Удовлетворительно Компетенции освоены от 60% до 74%
			Слушатель не способен применять умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Неудовлетворительно Компетенции освоены меньше 60%
			Слушатель способен применять умения в широкой и ограниченной области профессиональной деятельности при решении теоретических и практических задач	Зачтено Компетенции освоены от 60% и более
			Слушатель не способен применять умения в широкой области	Не зачтено Компетенции освоены меньше 60%

			профессиональной деятельности при решении общих и конкретных задач	
Навыки (опыт деятельности) ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Использование полученных знаний в практической деятельности на предприятии в период стажировки и подготовки к итоговой защите работы	Достижение поставленной цели в практической деятельности на предприятии (в организации) - самооценка	Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих и конкретных задач	Отлично Компетенции освоены в полном объеме (100 - 90%)
			Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Хорошо Компетенции освоены от 75% до 89%
			Слушатель способен применять знания в ограниченной области профессиональной деятельности	Удовлетворительно Компетенции освоены от 60% до 74%
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Неудовлетворительно Компетенции освоены меньше 60%
			Слушатель способен применять знания в широкой и ограниченной области профессиональной деятельности при решении теоретических и практических задач	Зачтено Компетенции освоены от 60% и более
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности при решении общих и конкретных задач	Не зачтено Компетенции освоены меньше 60%

Оценочные материалы, методические указания и другая информация, касающаяся оценки результатов освоения программы приводится в программе итоговой аттестации (Приложение 2).

## **4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

Реализация дополнительной профессиональной программы (программы профессиональной переподготовки) осуществляется в соответствии с требованиями российского законодательства, нормативными актами министерства образования и науки РФ, уставом АНО ПО «Флагман образования», лицензией (регистрационный номер лицензии №Л035-1249-35/02496030 от 20 июня 2025 г., размещена на сайте образовательной организации <https://flagmancollege.ru/> ).

### **4.1. Требования к квалификации педагогических кадров**

Реализация программы профессиональной переподготовки обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса, формулируются согласно Приказа Минтруда России от 21.03.2025 N 136н "Об утверждении профессионального стандарта "Педагог профессионального обучения, среднего профессионального образования" - «Преподавание по программам профессионального обучения, среднего профессионального образования (СПО), ориентированным на соответствующий уровень квалификации» (А 6, В 6).

### **4.2. Материально-технические условия реализации программы**

#### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **4.3. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

### **4.4. Общие требования к организации образовательного процесса**

Обучение предполагает асинхронное взаимодействие, предполагающее использование современных дистанционных образовательных технологий. В программу заложен достаточно большой объем самостоятельной работы обучающихся.

Формы занятий включают как теоретическую часть (направленную на получение или пополнение имеющихся знаний), так и практическую, имеющую преимущественно общепрофессиональную направленность. На формирование практико-ориентированных компетенций слушателей направлено активное использование в учебном процессе инновационных образовательных технологий.

В процессе освоения дополнительной профессиональной программы, обучающиеся формируют портфолио по результатам освоения учебных модулей.

Итоговая аттестация предполагает определение уровня сформированных компетенций на основе оценки портфолио или проекта (результат деятельности) и приобретенных знаний (может осуществляться как в устной форме, так и в форме итогового тестирования).

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных работ: лекции, практические занятия, консультации и другие виды учебных занятий и методической работы, определенные учебным планом.

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Психология управления**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 70 часов

**Виды занятий** **Объем часов**

Лекции	20 часов
Практические занятия/семинары	40 часов
Самостоятельная работа слушателей	10 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	70 часов

Череповец,  
2025

**Цель программы:** Формирование общих представлений о психологических основах управленческой деятельности, таких как: психологический отбор персонала; способы мотивирования труда; условия и формы эффективного использования различных стилей управления; психологические аспекты формирования личностно значимых качеств молодого руководителя; факторы, влияющие на эффективность работы группы; психологические методы урегулирования конфликтных ситуаций; психология принятия управленческих решений; психологическое обеспечение нововведений. Одной из основных задач спецкурса является формирование у студентов навыков анализа психологических причин, лежащих в основе снижения эффективности управления.

### **Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

### **Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС СПО 38.02.04
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	ПК 2.8.

### **Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)		
		1	2	3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>законы и методы управленческой психологии;</li> <li>основные закономерности внутренней психической деятельности личности;</li> <li>школы изучения личности;</li> <li>психологические аспекты малых групп и коллективов;</li> <li>механизмы групповой динамики;</li> <li>психологические аспекты делового и управленческого общения;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>реализовывать в управленческой деятельности методы управленческой психологии</li> </ul>			ПК 2.5.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• применять различные стандартизованные психологические методики и анализировать полученные результаты;</li> <li>• определять типы темперамента и строить управленческую деятельность на основе индивидуально-типологических особенностей личности;</li> </ul>	
	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• различия между руководством и лидерством, требования к современному руководителю;</li> <li>• психологические основы деятельности руководителя по планированию, делегированию, мотивации и контролю.</li> <li>• Основные составляющие социально-психологического климата в коллективе;</li> <li>• Психологические аспекты принятия управленческих решений;</li> <li>• основные составляющие конфликта и стратегии поведения в конфликтной ситуации.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li> <li>• использовать психологические основы деятельности руководителя по делегированию, мотивированию и контролю в профессиональной деятельности. принимать управленческие решения в профессиональной деятельности с учетом стиля управления;</li> <li>• управлять конфликтами и стрессами в профессиональной деятельности.</li> </ul>	ПК 2.8.

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Основные методы и принципы управленческой психологии	14	12	4	8	2	Практ. работа
2	Закономерности внутренней психологической деятельности личности	14	12	4	8	2	Практ. работа
3	Психологические аспекты малых групп и коллективов	14	12	4	8	2	Практ. работа
4	Психология принятия управленческих решений	14	12	4	8	2	Практ. работа
5	Конфликт и стратегии поведения в конфликтной ситуации	14	12	4	8	2	Практ. Работа
	<b>ВСЕГО</b>	<b>70</b>	<b>60</b>	<b>20</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>ПА - тест</b>

## **Содержание разделов/модулей**

### **Раздел 1. Основные методы и принципы управлеченческой психологии**

Тема 1.1 Предмет, цели и задачи управлеченческой психологии

### **Раздел 2. Закономерности внутренне психологической деятельности личности**

Тема 2.1. Особенности психического отражения

Тема 2.2. Особенности личности

### **Раздел 3. Психологические аспекты малых групп и коллектиvos**

Тема 3.1. Малая социальная группа как социально-психологическая характеристика организации

Тема 3.2. Понятие коллектива

### **Раздел 4. Психология принятия управлеченческих решений**

Тема 4.1. Психологические аспекты принятия управлеченческих решений

### **Раздел 5. Конфликт и стратегии поведения в конфликтной ситуации**

Тема 5.1. Понятие конфликтной ситуации и конфликта

## **2. Условия реализации программы**

### **2.1. Материально-технические условия реализации программы Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **2.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной

системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

### **Текущая аттестация:**

#### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование модулей по программе	Форма текущей аттестации
1	Раздел 1. Основные методы и принципы управленческой психологии	Практ.работа
2	Раздел 2. Закономерности внутренне психологической деятельности личности	Практ.работа
3	Раздел 3. Психологические аспекты малых групп и коллективов	Практ.работа
4	Раздел 4. Психология принятия управленческих решений	Практ.работа
5	Раздел 5. Конфликт и стратегии поведения в конфликтной ситуации	Практ.работа

### **Промежуточная аттестация по курсу (тест):**

#### **1. Управленческая психология — это:**

- а) отрасль, изучающая закономерности поведения людей в группах;
- б) отрасль, изучающая психологические аспекты управления;
- в) наука о закономерностях проявления и развития психики.

#### **2. Психика выражается через такие психические явления, как:**

- а) психические состояния;
- б) психические свойства;
- в) психические процессы.

#### **3. Характер — это:**

- а) динамика протекания психических процессов;
- б) индивидуальные психические особенности человека;
- в) совокупность психических свойств, проявляющихся у человека к действительности.

#### **4. Заменители лидерства — это:**

- а) высокая профессиональная подготовка персонала;
- б) подчинённые, задачи и особенности организации;
- в) наличие обратной связи между подчинёнными и руководителем;
- г) объективные обстоятельства, сложившиеся в организации.

#### **5. Что относится к вербальным средствам общения?**

- а) расстояние до собеседника;
- б) рукопожатие;
- в) тембр голоса;
- г) направленность взгляда.

#### **6. Холерику свойственны черты:**

- а) горяч, продуктивен в работе;
- б) пассивен, вял;
- в) способность преодолевать большие трудности.

#### **7. Сангвиник характеризуется как:**

- а) искренний, жизнерадостный, общительный;
- б) быстрая возбудимость чувств;
- в) горяч, страстен, резкость смен настроения

**8. Коллектив — это:**

- а) определённое число людей, имеющих общие нормы и ценности;
- б) часть общества, имеющая общие цели;
- в) группа людей, объединённых по определённым признакам.

**9. Ситуационная теория лидерства основана на:**

- а) взаимодействии стиля лидерства и благоприятности ситуации;
- б) выявлении ведущих личностных характеристик;
- в) определении ведущих потребностей работника;
- г) выявлении взаимоотношений между лидером и группой.

**10. Темперамент — это:**

- а) свойства, проявляющиеся в отношении человека к действительности;
- б) психологические особенности человека, определяющие динамику протекания психических процессов и поведения.

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Количество правильных ответов	60% и больше	59% и меньше

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекспинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Командная работа. Управление человеческими ресурсами**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 70 часов

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	20 часов
Практические занятия/семинары	40 часов
Самостоятельная работа слушателей	10 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	70 часов

Череповец  
2025

**Цель программы:** Сформировать у слушателей систему знаний в части теории и практики управления человеческими ресурсами в современной организации.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	ПК 2.8.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
1	2	3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• особенности эволюции процесса управления человеческими ресурсами;</li> <li>• основные теории и концепции взаимодействия людей организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать влияние различных факторов на выбор конкретных форм и методов реализации функций управления персоналом в организации;</li> <li>• разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации;</li> </ul>	ПК 2.5.
	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• особенности управленческой деятельности по работе с персоналом.</li> <li>• основные элементы корпоративной культуры и этики служебных отношений.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организовывать командное взаимодействие для</li> </ul>	ПК 2.8.

	<p>решения управленческих задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;</li> <li>• разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации.</li> </ul>	
--	---	--

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Человеческие ресурсы как объект управления	14	12	4	8	2	Практ. работа
2	Теоретические и методологические основы формирования и управления человеческими ресурсами	14	12	4	8	2	Практ. работа
3	Система, стратегия и политика управления человеческими ресурсами	14	12	4	8	2	Практ. работа
4	Формирование кадрового состава и адаптация	14	12	4	8	2	Практ. работа
5	Организация труда	14	12	4	8	2	Практ. работа
ВСЕГО		70	60	20	40	10	
Промежуточная аттестация		Тест					

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Раздел 1. Человеческие ресурсы как объект управления

Тема 1 Понятие и сущность управления человеческими ресурсами

Тема 2 Законы формирования и управления человеческими ресурсами

### Раздел 2. Теоретические и методологические основы формирования и управления человеческими ресурсами

Тема 3 Теории управления человеческими ресурсами

Тема 4 Методология формирования и управления человеческими ресурсами

### Раздел 3. Система, стратегия и политика управления человеческими ресурсами

Тема 5 Система управления человеческими ресурсами

Тема 6 Стратегия и политика управления персоналом

## **Раздел 4 Формирование кадрового состава и адаптация**

Тема 7 Набор, отбор и найм персонала

Тема 8 Адаптация персонала

## **Раздел 5 Организация труда**

Тема 9 Кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом

Тема 10 Организационная структура как важнейшая характеристика внутренней среды организации.

### **3. Условия реализации программы**

#### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

##### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

#### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

##### **Текущая аттестация:**

Практическая работа (выполнение заданий)

	Наименование разделов по программе	Форма текущей аттестации
1	Раздел 1 Человеческие ресурсы как объект управления	Практ.работа
2	Раздел 2 Теоретические и методологические основы формирования и управления человеческими ресурсами	Практ.работа
3	Раздел 3 Система, стратегия и политика управления человеческими ресурсами	Практ.работа
4	Раздел 4 Формирование кадрового состава и адаптация	Практ.работа
5	Раздел 5 Организация труда	

### **Промежуточная аттестация по курсу (тест):**

**1. С чем связано возникновение управления персоналом как особого вида деятельности (выбрать и указать только одну группу факторов):**

- а. ростом масштабов экономических организаций, усилением недовольства условиями труда большинства работников;
- б. распространением "научной организации труда", развитием профсоюзного движения, активным вмешательством государства в отношения между наемными работниками и работодателями;
- в. ужесточением рыночной конкуренции, активизацией деятельности профсоюзов, государственным законодательным регулированием кадровой работы, усложнением масштабов экономических организаций, развитием организационной культуры.

**2. Под категорией "кадры организации" следует понимать:**

- а. часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике;
- б. трудоспособное население в рамках отдельной организации, на микроуровне.

**3. Какой перечень задач точнее характеризует содержание управления персоналом. Выбрать и указать только одну группу задач управления персоналом:**

- а. использование собственных человеческих ресурсов, разделение труда, укрепление дисциплины труда;
- б. контроль за соблюдением трудового законодательства администрацией предприятия;
- в. планирование и развитие профессиональной карьеры, стимулирование труда, профессиональное обучение;
- г. найм персонала, организация исполнения работы, оценка, вознаграждение и развитие персонала.

**4. Основными функциями подсистемы развития персонала являются (при необходимости указать несколько):**

- а. разработка стратегии управления персоналом;
- б. работа с кадровым резервом;
- в. переподготовка и повышение квалификации работников;
- г. планирование и контроль деловой карьеры;
- д. планирование и прогнозирование персонала;
- е. организация трудовых отношений.

**5. Выделите основные группы методов управления персоналом в организации (при необходимости указать несколько):**

- а. административные;
- б. экономические;
- в. статистические;
- г. социально-психологические;
- д. стимулирования.

**6. Executive search ("охота за головами") - это:**

- а. переманивание конкретных сотрудников из других компаний;
- б. подбор руководящих сотрудников;
- в. целенаправленный поиск высококвалифицированных специалистов (возможно, редкой специальности и/или топ-менеджеров) и соответствующим опытом работы.

**7. Анализ образовательных свидетельств позволяет сделать некоторые заключения о кандидате. К таковым относятся (при необходимости указать несколько):**

- а. общительность кандидата;
- б. области интересов кандидатов;
- в. социокультурный уровень;
- г. лень, недостаточная сила воли;
- д. отсутствие интересов.

**8. В каком документе определяется продолжительность испытательного срока для принимаемого на работу сотрудника:**

- а. в правилах внутреннего распорядка;
- б. в положении о персонале;
- в. должностной инструкции работника;
- г. в трудовом договоре;
- д. в устной договоренности между работником и работодателем.

**9. Выплачивает ли предприятие выходные пособия в случае его ликвидации?**

- а. да;
- б. нет;
- в. в зависимости от должности работника.

**10. К показателям, оценивающим положение предприятия на рынке труда, не относится:**

- а. уровень удовлетворенности работников;
- б. средняя заработка платы;
- в. качество трудовых ресурсов;
- г. уровень производительности труда;
- д. месторасположение предприятия.

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Количество правильных ответов	60% и больше	59% и меньше

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967  
, ИНН: 9709063913

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Основы SMM**

### **ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 38 часов

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	16 часов
Практические занятия/семинары	18 часов
Самостоятельная работа слушателей	4 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	38 часов

Череповец  
2025

**Цель программы:** является освоение основных инструментов и методов продвижения продуктов и услуг в социальных сетях для эффективного взаимодействия с целевой аудиторией и повышения уровня узнаваемости бренда.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.
3	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	ПК 2.6.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
1	2	3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Принципы работы основных социальных платформ.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Создавать и оптимизировать рекламные кампании в социальных сетях.</li> </ul>	ПК 2.5.
2	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные методы продвижения в социальных сетях.</li> <li>• Инструменты аналитики и оценки эффективности рекламных кампаний в социальных медиа.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализировать данные и оценивать эффективность маркетинговых действий в социальных медиа</li> </ul>	ПК 2.7.
3	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Техники взаимодействия с аудиторией через социальные сети.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Взаимодействовать с целевой аудиторией через различные форматы контента на платформах социальных сетей.</li> <li>• Разрабатывать стратегии продвижения и управлять брендом в онлайн-среде.</li> </ul>	ПК 2.6.

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов по дисциплине	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Введение	9	8	4	4	1	Практ. работа
2	Социальная сеть VK	9	8	4	4	1	Практ. работа
3	Блоггинг и вертикальные форматы контента	9	8	4	4	1	Практ. работа
4	Итоговая практическая работа	11	10	4	6	1	Практ. работа
	ВСЕГО	38	34	16	18	4	
	Промежуточная аттестация			Тест			

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Раздел 1. Введение

- 1.1. Что такое SMM
- 1.2. Принципы работы социальных сетей
- 1.3. Динамика развития SMM
- 1.4. Типы и форматы контента в соцсетях
- 1.5. Контент план и рубрикатор
- 1.6. Анализ конкурентов
- 1.7. Модерация и копирайтинг

### Раздел 2. Социальная сеть VK

- 2.1. Аудитория, умная лента, принципы работы социальной сети
- 2.2. Сообщества ВК: типы, устройство, функционал
- 2.3. Статистика и метрики эффективности сообществ
- 2.4. Agile-подход при ведении сообщества
- 2.5. Ведение сообщества по контент-плану

### Раздел 3. Блоггинг и вертикальные форматы контента

- 3.1. Инструменты для публикации контента вертикального формата
- 3.2. Вертикальные видео и истории. Серийность
- 3.3. Создание видео вертикального формата
- 3.4. Создание серии историй
- 3.5. Работа с блогерами и инфлюэнсерами
- 3.6. Составление ТЗ для работы с блогером

## **Раздел 4. Итоговая практическая работа**

4.1. Повторение пройденного материала в игровом формате

4.2. Итоговая проверочная работа

### **3. Условия реализации программы**

#### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

##### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

**Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов по программе	Форма текущей аттестации
1	Введение	Практ.работа
2	Социальная сеть VK	Практ.работа
3	Блоггинг и вертикальные форматы контента	Практ.работа
4	Итоговая практическая работа	Практ.работа

## Промежуточная аттестация по курсу (Тест):

### 1. Что означает аббревиатура "SMM"?

- A) Социальный маркетинг и менеджмент
- B) Стратегии медийных маркетингов
- C) Социальные медиа-маркетинг
- D) Специализированные маркетинговые методы

### 2. Какой из перечисленных факторов наиболее важен для успешной стратегии SMM?

- A) Количество сделанных постов
- B) Частота публикаций
- C) Качество контента
- D) Количество подписчиков

### 3. Что такое "контент-календарь" в контексте SMM?

- A) Электронный календарь для запланирования постов и акций в социальных сетях
- B) Календарь, указывающий на дни, когда нужно делать контент
- C) Календарь, показывающий активность подписчиков
- D) Список контента, который опубликован в прошлом месяце

### 4. Что такое "энгейджмент" в контексте социальных медиа?

- A) Количество комментариев, лайков и репостов на публикациях
- B) Количество подписчиков в социальных сетях
- C) Общая оценка контента
- D) Степень популярности аккаунта

### 5. Какое из следующих утверждений наиболее правильно описывает "Целевую аудиторию" в SMM?

- A) Это все пользователи интернета
- B) Это люди, которые подписываются на ваш аккаунт в социальных сетях
- C) Это группа людей, которые имеют интерес к вашему бренду или продукту
- D) Это ваши конкуренты в социальных сетях

### 6. Какой из инструментов следует использовать для анализа эффективности кампаний в социальных сетях?

- A) Google Analytics
- B) Facebook Insights
- C) Microsoft Excel
- D) Adobe Photoshop

### 7. Что такое "конверсия" в контексте SMM?

- A) Процент пользователей, которые оставляют комментарии
- B) Процент пользователей, которые переходят по ссылке в посте
- C) Процент пользователей, которые ставят лайки
- D) Процент пользователей, которые просматривают ваш аккаунт

### 8. Что такое "хештег" в социальных сетях?

- A) Уникальная метка, используемая для обозначения темы или тематики в посте
- B) Часто используемое ключевое слово
- C) Ссылка на другие пользователи
- D) Описание изображения или видео

### 9. Какой из перечисленных факторов является ключевым при создании контента для SMM?

- A) Длина сообщения
- B) Использование более крупного шрифта
- C) Понятность и релевантность сообщения для вашей аудитории
- D) Использование сложных терминов

### 10. Что такое "вовлеченность" аудитории в контексте SMM?

- A) Способность вашего контента заинтересовать пользователей и вызвать их реакцию

- В) Количество подписчиков в вашем аккаунте
- С) Общее количество постов, опубликованных в вашем аккаунте
- Д) Способность вашего аккаунта привлечь внимание СМИ

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Количество правильных ответов	60% и больше	59% и меньше

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекспинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Индивидуальный учебный проект в social media**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 42 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	16 часов
Практические занятия/семинары	18 часов
Самостоятельная работа слушателей	8 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	42 часа

Череповец  
2025

**Цель программы:** Индивидуальный учебный проект «Основы продвижения в social media» помогает студентам на практике приобрести навыки работы в социальных сетях и применить знания, полученные на дисциплине «Основы SMM».

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.
3	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	ПК 2.6.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
1	2	3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Способы составления контент-плана и рубрикатора;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Составлять контент-план и рубрикатор;</li> </ul>	ПК 2.5.
2	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Методы эффективного ведения проектов</li> <li>Способы оформления аккаунтов в социальных сетях;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Презентовать выбранную тему и стратегию развития проекта;</li> <li>Создавать и оформлять группы или аккаунты в социальных сетях;</li> </ul>	ПК 2.7.
3	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Показатели эффективности</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Планировать наперёд публикации в соответствии с контент-планом</li> </ul>	ПК 2.6.

## **1. Учебный план:**

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Подготовительный этап ведения проекта	14	12	6	6	2	Практ. работа
2	Практическая работа над ведением проекта - контент	16	12	6	6	4	Практ. работа
3	Практическая работа над ведением проекта - аналитика	12	10	4	6	2	Практ. работа
	<b>ВСЕГО</b>	<b>42</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	
	Промежуточная аттестация			Индивидуальное задание			

## **2. Рабочие программы учебных предметов**

### **Раздел 1. Подготовительный этап ведения проекта**

Выбор темы проекта.

Анализ конкурентов.

Составление контент-плана и рубрикатора.

Презентация темы проекта.

### **Раздел 2. Практическая работа над ведением проекта - контент**

Создание и оформление группы или бизнес-аккаунта.

Поиск и анализ конкурентов.

Поиск и адаптация референсов под проект.

Планирование публикаций по контент-плану.

Привлечение новой аудитории.

### **Раздел 3. Практическая работа над ведением проекта - аналитика**

Повышение вовлеченности аудитории.

Внедрение оптимальных контент-стратегий.

Составление отчётов по прошествии календарного месяца.

Коммуникация с ключевыми игроками SMM: администраторами, владельцами, инфлюэнсерами, владельцами сообществ и т.д.

Захист проекта.

## **3. Условия реализации программы**

### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

#### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

**Текущая аттестация:**

**Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Подготовительный этап ведения проекта	Практ.работа
2	Практическая работа над ведением проекта - контент	Практ.работа
3	Практическая работа над ведением проекта - аналитика	Практ.работа

**Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

#### **1. Проект по ведению сообщества в ВК**

Ваше сообщество будет оценено по следующим критериям:

- наличие актуального контента-плана
- соблюдение контент-плана, регулярный постинг
- наличие элементов сообщества (меню, ветки обсуждений, магазин товар и услуг, виджет опционально ввиду специфики сообществ)
- разнообразный контент (как по типу контента, так и формату)
- старт проекта по регламенту

### Критерии оценки:

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Критерии оценивания проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие актуального контента-плана</li> <li>- соблюдение контент-плана, регулярный постинг</li> <li>наличие элементов сообщества (меню, ветки обсуждений, магазин товар и услуг, виджет - опционально ввиду специфики сообществ)</li> <li>- разнообразный контент (как по типу контента, так и формату)</li> <li>- старт проекта по регламенту</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нет актуального контента-плана</li> <li>- не соблюдение контент-плана, не регулярный постинг</li> <li>- нет элементов сообщества (меню, ветки обсуждений, магазин товар и услуг, виджет - опционально ввиду специфики сообществ)</li> <li>- нет разнообразия контент (как по типу контента, так и формату)</li> </ul>

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекспинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967ИИНН: 9709063913

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Контекстная реклама**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**  
**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет."

**Трудоемкость:** 44 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	16 часов
Практические занятия/семинары	22 часа
Самостоятельная работа слушателей	6 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
ВСЕГО:	44 часа

Череповец  
2025

**Цель программы:** Подготовка специалистов в области брендинга с глубоким пониманием методик и стратегий создания, развития и продвижения брендов.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.
3	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	ПК 2.6.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)		
		1	2	3
1	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Принципы работы контекстной рекламы</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Составлять и сегментировать семантическое ядро</li> </ul>			ПК 2.5.
2	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Устройство Яндекс.Директа</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Рассчитывать медиаплан и решать практические задачи по расчету показателей;</li> </ul>			ПК 2.7.
3	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегии продвижения разных товаров и услуг с помощью контекста</li> <li>• Методы работы с ключевыми фразами</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Настраивать рекламные кампании в Яндекс.Директ</li> <li>• Настраивать ретаргетинговые рекламные кампании в Яндекс.Директ;</li> </ul>			ПК 2.6.

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Яндекс.Директ. Быстрый старт	9	8	4	4	1	Практ. работа
2	Повторение базовой теории	12	10	4	6	2	Практ. работа
3	Яндекс.Метрика	12	10	4	6	2	Практ. работа
4	Продвинутые стратегии	11	10	4	6	1	Практ. работа
	ВСЕГО	44	38	16	22	6	
	Промежуточная аттестация			Тест			

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Раздел 1. Яндекс.Директ. Быстрый старт

Тема 1. Основные понятия. Типы запросов. Как работает аукцион.

Создание и первичная настройка кампании. Типы стратегий

Тема 2. Знакомство, рассказ о курсе. Типы рекламы. Плюсы и минусы Яндекс Директа. Создание аккаунта

Тема 3. ЦА, УТП. Создание объявления. Работа со ставками

Тема 4. Работа с вордстатом. Минус-слова

Тема 5. Проведение А/Б тестирования для запуска РК-компании

Тема 6. Сбор ключевых фраз и разбиение на группы

### Раздел 2. Повторение базовой теории

Тема 7. Конверсия и воронка продаж. Особенности в контекстной рекламе

Тема 8. Основные метрики для оценки трафика

Тема 9. Расчет показателей рекламной кампании. Практика

Тема 10. Методы увеличения конверсии

Тема 11. Решение задач на расчет показателей рекламной кампании

### Раздел 3. Яндекс.Метрика

Тема 12. Яндекс.Метрика: основной функционал. UTM-метки

Тема 13. Яндекс.Метрика: Usability сайта

Тема 14. Яндекс метрика. Настройка и проверка целей

Тема 15. Оплата за конверсию. Смысл и преимущества стратегии

Тема 16. Запуск тестовой рекламной кампания в Яндекс.Директе (РСЯ)

### Раздел 4. Продвинутые стратегии

Тема 17. Отказы, брошенные корзины и другие незавершенные конверсии

Тема 18. Ретаргетинг и динамический ретаргетинг. Теория

Тема 19. Запуск ретаргетинговой рекламной кампания в Яндекс.Директе (РСЯ)

Тема 20. Тест по итогам курса

Тема 21. Подведение итогов, рефлексия

### **3. Условия реализации программы**

#### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

##### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

#### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

##### **Текущая аттестация:**

###### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Яндекс.Директ. Быстрый старт	Практ.работа
2	Повторение базовой теории	Практ.работа
3	Яндекс.Метрика	Практ.работа
4	Продвинутые стратегии	Практ.работа

##### **Промежуточная аттестация по курсу (Тест):**

Получить сертификат Яндекс.Директ—базовый уровень:

<https://yandex.ru/adv/expert/exam/direct-base>

Как пройти тестирование:

1. Перед стартом советуем ознакомиться [с правилами сертификации специалистов](#).
2. Перед тестированием проверьте свои персональные данные [в Яндекс ID](#) — сертификат выдаётся на имя и фамилию, указанные в нём для вашего логина. Сертификат, выданный на некорректные имя и фамилию, будет аннулирован. Следующая попытка его получить появится через год.
3. Время прохождения теста ограничено. Прерывать тестирование нельзя, но вы можете пропустить трудный вопрос и вернуться к нему после того, как ответите на остальные.
4. Если вы случайно закрыли страницу браузера с тестом, можно снова её открыть и продолжить отвечать на вопросы, пока не вышло время.
5. Кликните по кнопке «Начать тестирование».
6. Примите пользовательское соглашение.

#### Как рассчитываются попытки:

1. Чтобы получить сертификат по Директу, нужно набрать 80% правильных ответов по всему тесту. Например, если вы набрали 79% правильных ответов, попытка будет считаться неудачной и сертификат не выдаётся.
2. В случае неудачной попытки система сообщит вам, в каких именно темах набрано недостаточное количество баллов. Рекомендации будут храниться в вашем [личном кабинете](#) до следующей попытки.
3. У каждого логина есть несколько попыток получить сертификат. Если с первого раза сдать тест не удастся, то вторая попытка откроется через неделю, третья — ещё через неделю, четвёртая — через месяц. Например, если тест не удалось пройти 1 июня, вторая попытка станет доступна 8 июня, третья — 15 июня, четвёртая — 15 июля.
4. После трёх неудачных пересдач базового тестирования по Директу или тестов по другим продуктам этот цикл начинается заново. Дату следующей попытки можно узнать [в личном кабинете](#).
5. Доступность попыток пройти тест по одному продукту не влияет на попытки по другим. Например, если вы не сдали тест по Директу, все остальные тесты будут для вас по-прежнему открыты.

#### **Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Количество правильных ответов	80% и больше	79% и меньше

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Введение в интернет-маркетинг**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**  
**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 44 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	16 часов
Практические занятия/семинары	22 часа
Самостоятельная работа слушателей	6 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	<b>44 часа</b>

Череповец  
2025

**Цель программы:** познакомить слушателей с инструментами цифрового маркетинга, а также базовыми принципами, которые помогут в дальнейшем, более глубоком освоении конкретных инструментов и дисциплин.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	ПК 2.6.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)	
		2	3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Инструменты интернет-маркетинга</li> <li>Методики развития проектов с учетом выбранных инструментов и каналов</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Составлять воронку продаж и формулировать УТП</li> <li>Сегментировать целевую аудиторию и составлять аватары ЦА</li> </ul>	ПК 2.5.	
2	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Принципы составления и работы сайтов</li> <li>Принципы работы интернет-рекламы</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Рассчитывать медиаплан</li> <li>Рассчитывать рекламные показатели</li> </ul>	ПК 2.6.	

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Основы интернет-маркетинга	6	4	2	2	2	Практ. работа
2	Анализ рынка	5	4	2	2	1	Практ. работа
3	Рекламные объявления	5	4	2	2	1	Практ. работа
4	Сайт	6	4	2	2	2	Практ. работа
5	Аналитика	4	4	2	2	0	Практ. работа
6	Контекстная реклама и SEO	6	6	2	4	0	Практ. работа
7	Другие инструменты интернет- маркетинга	6	6	2	4	0	Практ. работа
8	Повторение пройденного материала, итоговая работа	6	6	2	4	0	Практ. работа
ВСЕГО		44	38	16	22	6	
Промежуточная аттестация		Тест					

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Раздел 1. Основы интернет-маркетинга

Что такое интернет-маркетинг?

Основные маркетинговые инструменты, тренды и концепции

Каналы интернет-маркетинга

Воронка продаж, построение воронки продаж

### Раздел 2. Анализ рынка

Анализ целевой аудитории

УТП, офферов и позиционирование

Анализ конкурентов

Проработка УТП

Проверка теоретических знаний в игровом формате

### Раздел 3. Рекламные объявления

Структура и форматы рекламных объявлений

Копирайтинг - стилистика и типичные ошибки

Создание визуала

Создание рекламных объявлений

### Раздел 4. Сайт

Что такое сайт и как его сделать?

Структура лендинга

Инструменты создания сайтов

Создание продающего лендинга

## **Раздел 5. Аналитика**

- Развитие интернет-рекламы
- KPI интернет-маркетолога
- Яндекс.Метрика и показатели эффективности
- Расчет результатов рекламной кампании

## **Раздел 6. Контекстная реклама и SEO**

- Что такое SEO и контекстная реклама?
- Факторы ранжирования сайтов
- Яндекс.директ: РСЯ, поисковая реклама и знакомство с кабинетом
- Составление семантического ядра для сайта и контекстной рекламы

## **Раздел 7. Другие инструменты интернет-маркетинга**

- SMM, мессенджеры и контент-маркетинг
- Принципы рекламы в социальных сетях
- Email-маркетинг
- Медиаплан

## **Раздел 8. Повторение пройденного материала, итоговая работа**

- Повторение пройденного материала в игровом формате
- Итоговая проверочная работа
- Разбор итоговой работы

### **3. Условия реализации программы**

#### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

##### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

##### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Основы интернет-маркетинга	Практ.работа
2	Анализ рынка	Практ.работа
3	Рекламные объявления	Практ.работа
4	Сайт	Практ.работа
5	Аналитика	Практ.работа
6	Контекстная реклама и SEO	Практ.работа
7	Другие инструменты интернет-маркетинга	Практ.работа
8	Повторение пройденного материала, итоговая работа	Практ.работа

#### **Промежуточная аттестация по курсу:**

##### **Ответьте на вопросы:**

1. Что такое конверсия?
2. Какой аббревиатурой обозначается конверсия?
3. Что такое CTR?
4. Как посчитать вовлечённость?
5. Что такое показатель отказов?
6. Вы продаёте туры в Дагестан за 35 тыс. рублей. Вы потратили на рекламную кампанию 100 000 тыс. рублей и получили с неё 5 заявок. Рассчитайте ROMI.
7. Как называются 2 основных инструмента показа рекламы в Яндекс.Директ?
8. Что такое показатель отказов?
9. Как рассчитать стоимость одной продажи?
10. Что такое UTM-метка?
11. Чем визиты на сайте отличаются от посетителей?
12. Что такое "Цель" в веб-аналитике?
13. Что такое семантическое ядро?
14. Что такое D в AIDA?
15. Приведите пример воронки продаж из 4 этапов?
16. Что такое омниканальность?
17. Из чего состоит сниппет?
18. Назовите все каналы интернет-маркетинга?
19. В каком сервисе можно посмотреть сезонность запросов?
20. Назовите основной показатель в email-маркетинге?
21. Что такое CJM?

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Количество правильных ответов	60% и больше	59% и меньше

**Автономная некоммерческая организация**

**профессионального образования**

**«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н

ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор АНО ПО**

**«Флагман образования»**

**/А.А. Баринова**

**«15» июля 2025г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Визуальный креатив**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 30 часов

**Виды занятий** **Объем часов**

Лекции 8 часов

Практические занятия/семинары 16 часов

Самостоятельная работа слушателей 6 часов

Промежуточная аттестация Дифференцированный зачет

**ВСЕГО:** 30 часов

Череповец  
2025

**Цель программы:** сформировать теоретические знания и накопить практические навыки воздействия на аудиторию через визуальные элементы рекламы.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу общепрофессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Алгоритм создания визуальной маркетинговой стратегии</li> <li>• Методы применения нейросетей при разработке креативов</li> <li>• Способы сочетания элементов дизайна</li> <li>• Психологию восприятия цвета</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• создавать рекламные креативы с учетом техзадания</li> <li>• подбирать шрифты для визуалов с учетом ниши</li> <li>• создавать шрифтовой логотип</li> <li>• создавать визуальную маркетинговую стратегию</li> </ul>	ПК 2.5.

**1. Учебный план:**

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Визуальный креатив для маркетологов	10	8	4	4	2	Практ. работа
2	Цвет и типографика	10	8	2	6	2	Практ. Работа
3	Комплексная визуальная стратегия для бизнеса	10	8	2	6	2	Практ. Работа
	<b>ВСЕГО</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	
	Промежуточная аттестация			Индивидуальное задание			

## **2. Рабочие программы учебных предметов**

### **Раздел 1. Визуальный креатив для маркетологов**

Влияние визуальных креативов на вовлеченность аудитории

Контраст, баланс, акцент, сочетание элементов

Применение изученных концептов на практике

### **Раздел 2. Цвет и типографика**

Психология восприятия цвета

Подбор шрифтов, передающих характер бренда

Подбор шрифтовых решений. Практика.

Создание визуалов с учетом пройденного материала

### **Раздел 3. Комплексная визуальная стратегия для бизнеса**

Визуальный креатив как основа маркетинговой кампании

Создание комплексной визуальной маркетинговой стратегии с учетом полученных знаний на курсе

Разбор реализованных кейсов

Искусство применения нейросетей

## **3. Условия реализации программы**

### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

#### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

**Текущая аттестация:**

**Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Визуальный креатив для маркетологов	Практ.работа
2	Цвет и типографика	Практ.работа
3	Комплексная визуальная стратегия для бизнеса	Практ.работа

**Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

Три части задания:

1) Аналитическая (всего можно набрать 10 баллов)

Анализ бренда:

- Исследование текущего положения бренда на рынке.
- Анализ визуальных стратегий конкурентов
- Определение уникальных черт и ценностей бренда.

Целевая аудитория:

- Описание целевой аудитории, ее потребностей и предпочтений.

Определение целей:

- Формулировка конкретных целей визуальной маркетинговой стратегии.

2) Визуал (10 баллов)

Предложите ребрендинг для компании:

- Разработка нового логотипа и его вариаций.
- Выбор новой цветовой палитры, соответствующей бренду.
- Определение новых шрифтов (шрифтовых групп) и их использование в дизайне.

Создание контента:

- Разработка визуального контента для различных платформ (социальные сети - 1, веб-сайт - 1, видео реклама - 1).

Группа делает видеорекламу, можно заменить еще одним визуалом для другой соцсети.

3) Оформление презентации - ш: 1400px (10 баллов). Презентация подгружается в личном кабинете слушателя в СДО ПРОФ.

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Количество набранных баллов	15 баллов и больше	14 баллов и меньше

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Контент-маркетинг**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 32 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	8 часов
Практические занятия/семинары	18 часов
Самостоятельная работа слушателей	6 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	<b>32 часа</b>

Череповец  
2025

**Цель программы:** научить работать с контентом в цифровых медиа, а также создавать его.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04
		Коммерция (по отраслям)
1	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Код компетенции ПК 2.6.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)			
		1	2	3	
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• площадки для продвижения контента</li> <li>• способы и методы управления контентом</li> <li>• создавать контент с учетом особенностей площадок</li> <li>• методики контент-анализа.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение создавать текстово-графический контент под задачи бизнеса</li> <li>• умение снимать рекламные ролики под продукт или услугу</li> <li>• умение создавать скрипты и проводить глубинное интервью</li> <li>• умение разрабатывать шаблоны презентаций</li> </ul>				ПК 2.6.

**1. Учебный план:**

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Понятие и сущность контент-маркетинга	4	4	2	2	0	Практ. работа
2	Инструменты контент-маркетинга	4	4	2	2	0	Практ. работа
3	Продвижение контента	6	4	2	2	2	Практ. работа
4	Каналы контент-маркетинга	6	6	2	4	0	Практ. работа
5	Основы планирования и производства контента	6	4	0	4	2	Практ. работа
6	Аналитика контента	6	4	0	4	2	Практ. работа
	<b>ВСЕГО</b>	<b>32</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	
	Промежуточная аттестация			Индивидуальное задание			

## **2. Рабочие программы учебных предметов**

### **Раздел 1. Понятие и сущность контент-маркетинга**

Основы контент-маркетинга

Контент-маркетинг, как инструмент развития бизнеса

Основные виды контента

Работа команды по реализации Контент-маркетинговой стратегии

### **Раздел 2. Инструменты контент-маркетинга**

Обзор инструментов работы с текстом

Обзор инструментов для создания эффективных презентаций

Обзор сервисов для создания инфографики

### **Раздел 3. Продвижение контента**

Основы продвижение контента на сайте

Продвижение контента в социальных сетях

### **Раздел 4. Каналы контент-маркетинга**

Контент-маркетинг во "Вконтакте" (Посты и креативы)

Контент-маркетинг в "Телеграм" (Посты и креативы)

Основы видеоконтента

Сторителлинг

### **Раздел 5. Основы планирования и производства контента**

Сегментирование и профилирование аудитории, методика глубинного интервью

Копирайтинг в контент-маркетинге

Контент-планы и графики

### **Раздел 6. Аналитика контента**

Контент-аудит

Метрики и способы мониторинга контента

Оценка эффективности автора контента

Маркетинговый анализ для копирайтера

### **3. Условия реализации программы**

#### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

##### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

#### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

##### **Текущая аттестация:**

###### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Понятие и сущность контент-маркетинга	Практ.работа
2	Инструменты контент-маркетинга	Практ.работа
3	Продвижение контента	Практ.работа
4	Каналы контент-маркетинга	Практ.работа
5	Основы планирования и производства контента	Практ.работа
6	Аналитика контента	Практ.работа

##### **Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

Вы работаете контент-маркетологом и вам необходимо сделать анализ для продукта

«Молоко», по ключевым словам, для сайта <https://prostokvashino.ru/products/moloko/>

Необходимо собрать 2 списка ключевых слов, один из которых будет состоять из высокочастотных запросов, а другой из низкочастотных.

Выполняем сборку в табличном документе онлайн (используем onedrive).

После сборки смотрим контент на сайте <https://prostokvashino.ru/products/moloko/> и сравниваем, какие ключевые слова присутствуют в контенте, а каких нет (упор делаем на высокочастотные запросы пользователей).

### **Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Список ключевых слов	Собраны два списка ключевых слов (высококачественный запрос и низкокачественный запрос)	Не собраны два списка ключевых слов (высококачественный запрос и низкокачественный запрос)/ или собраны не качественно один из списков
Слова в контент	Анализ контента сайт со списком слов	Отсутствие анализа контента сайт со списком слов

**Автономная некоммерческая организация**

**профессионального образования**

**«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н

ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор АНО ПО**

**«Флагман образования»**

**/А.А. Баринова**

**«15» июля 2025г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Копирайтинг**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 44 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
---------------------	--------------------

Лекции 16 часов

Практические занятия/семинары 22 часов

Самостоятельная работа слушателей 6 часов

Промежуточная аттестация Дифференцированный зачет

**ВСЕГО:** 44 часа

Череповец  
2025

**Цель программы:** освоить навыки для работы с имиджевыми и коммерческими текстами, а также освоить несколько приёмов и техник, которые упрощают создание эффективных продающих текстов.

### **Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу общепрофессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

### **Совершенствуемые компетенции**

№ п/п	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	ПК 2.6.

### **Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)	
			2
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Способы написания текстов под разные задачи</li> <li>Стили текста\речи</li> <li>Принципы составления PR-текстов</li> <li>Правила оформления текста</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Писать тексты для продающих лендингов</li> <li>Разрабатывать PR-тексты</li> <li>Создавать тексты с учетом необходимой стилистики</li> <li>Оформлять текст перед публикацией с учетом площадки и формата</li> </ul>	ПК 2.6.	3

### **1. Учебный план:**

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Жанры коммерческих текстов	14	12	6	6	2	Практ. работа
2	Жанры имиджевых текстов	16	14	6	8	2	Практ. работа
3	Техники и приемы копирайтинга	14	12	4	8	2	Практ. работа
	<b>ВСЕГО</b>	<b>44</b>	<b>38</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	
	Промежуточная аттестация			Индивидуальное задание			

## **2. Рабочие программы учебных предметов**

### **Раздел 1. Жанры коммерческих текстов**

Техника копирайтинга: сферы применения. Профессии в копирайтинге.

Виды коммерческих текстов.

Структура продающего текста. Формулы продающих текстов.

Пишем продающий текст.

Продуктовые описания. Как написать текст о продукте, который поможет его продать.

Создаём продуктовое описание.

Текст продающего лендинга. Структура и основные экраны.

Создаём лендинг.

### **Раздел 2. Жанры имиджевых текстов**

Промотексты: анонсы событий, конкурсов, промоакций.

Пишем промотекст.

Имиджевые (презентационные) тексты.

Готовим текст о компании.

PR-тексты: новости, пресс-релизы. Формула «перевернутой пирамиды».

Пишем PR-текст.

### **Раздел 3. Техники и приёмы копирайтинга**

Креативные приемы в копирайтинге.

Стили текста.

Рефлексия по итогам курса. Упаковка портфолио.

## **3. Условия реализации программы**

### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

#### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

##### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Жанры коммерческих текстов	Практ.работа
2	Жанры имиджевых текстов	Практ.работа
3	Техники и приемы копирайтинга	Практ.работа

#### **Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

Напишите текст в выбранном вами стиле.

Заранее сообщите преподавателю, в каком стиле планируете писать.

Объем - не более 2200 знаков

Уникальность - не менее 85%

Придерживайтесь правил написания текста в выбранном стиле.

#### **Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Критерии оценки текста	<ul style="list-style-type: none"><li>- Отсутствие орфографических, пунктуационных, лексических и грамматических ошибок.</li><li>- Уникальность текстов не только технически, но и по смыслу.</li><li>- Единая стилистика во всех статьях для одного сайта.</li><li>- Наличие точных инструкций для посетителей и призывов к действию.</li><li>- Отсутствие двусмыслинности и неопределенности.</li><li>- Отсутствие канцеляризмов, «паразитов» и других бессмысленных с точки зрения информационной наполненности слов.</li><li>- Простота текстов для понимания</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Присутствие орфографических, пунктуационных, лексических и грамматических ошибок.</li><li>- Текст не уникален.</li><li>- Стилистика текста не одна. В одном тексте присутствуют разные стили написания</li><li>- Присутствие двусмыслинности и неопределенности.</li><li>- Присутствие канцеляризмов, «паразитов» и других бессмысленных с точки зрения информационной наполненности слов.</li><li>- Текст не понятен</li></ul>

**Автономная некоммерческая организация**

**профессионального образования**

**«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н

ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор АНО ПО**

**«Флагман образования»**

**/А.А. Баринова**

**«15» июля 2025г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Разработка digital-стратегии**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 44 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	16 часов
Практические занятия/семинары	22 часа
Самостоятельная работа слушателей	6 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	<b>44 часа</b>

Череповец  
2025

**Цель программы:** научить стратегическому подходу к инструментам интернет-маркетинга и составлению стратегий с учетом ниши бизнеса и каналов продвижения.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу общепрофессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)			
		1	2	3	
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Теоретическую базу для создания digital- стратегии</li> <li>• Методики количественного анализа конкурентов</li> <li>• способы выбора модели атрибуции</li> <li>• методики составления стратегического медиаплана</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• формулировать УТП с учетом данных</li> <li>• проводить количественный анализ конкурентов</li> <li>• выбирать модель атрибуции с учетом инструментов</li> <li>• составлять стратегический медиаплан.</li> </ul>	ПК 2.7.			

**1. Учебный план:**

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Введение в digital-стратегии	9	8	4	4	1	Практ. работа
2	Подготовка к разработке digital-стратегии	11	10	4	6	1	Практ. работа
3	Разработка digital-стратегии	12	10	4	6	2	Практ. работа
4	Реализация digital-стратегии	12	10	4	6	2	Практ. работа
	<b>ВСЕГО</b>	<b>44</b>	<b>38</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	
	Промежуточная аттестация			Индивидуальное задание			

## **2. Рабочие программы учебных предметов**

### **Раздел 1. Введение в digital-стратегии**

Тема 1. Вызовы современного digital-маркетинга и его задачи

Тема 2. Основы разработки digital-стратегии

Тема 3. Обзор базовых digital-стратегий

### **Раздел 2. Подготовка к разработке digital-стратегии**

Тема 4. Особенности рынков

Тема 5. Анализ продукта и целевой аудитории

Тема 6. Конкурентный анализ: SWOT-анализ, PEST-анализ и др.

Тема 7. Построение воронки продаж и СМ

Тема 8. УТП и позиционирование проекта для целевых аудиторий

### **Раздел 3. Разработка digital-стратегии**

Тема 9. Ценное предложение, MVP

Тема 10. Целеполагание

Тема 11. Инструменты для реализации digital-стратегии

Тема 12. Отраслевая специфика digital-стратегии

Тема 13. Инструменты оперативного продвижения

Тема 14. Инструменты долгосрочного продвижения

Тема 15. Модели атрибуции и сочетание каналов продвижения

Тема 16. KPI и показатели прогнозирования

Тема 17. Стратегическое медиапланирование

### **Раздел 4. Реализация digital-стратегии**

Тема 18. Работа с гипотезами и тестирование

Тема 19. Контроль каналов

Тема 20. Оценка эффективности digital-стратегии

Тема 21. Работа с рисками

Тема 22. Алгоритм действий при отсутствии результата

Тема 23. Эффективное управление командой

Тема 24. Коммуникация с заказчиками и подрядчиками

Тема 25. Срез знаний по усвоению материала

Тема 26. Презентация digital-стратегии

## **3. Условия реализации программы**

### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

## **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

**Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Введение в digital-стратегии	Практ.работа
2	Подготовка к разработке digital-стратегии	Практ.работа
3	Разработка digital-стратегии	Практ.работа
4	Реализация digital-стратегии	Практ.работа

#### **Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

Разработать digital-стратегию для образовательной организации.

Стратегия (кроме брифа) составляется в формате презентации.

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Защита проекта (презентация и выступление)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Владение иллюстративным материалом</li><li>- доклад производит очень хорошее впечатление</li><li>- ответы на все вопросы убедительно, аргументировано</li><li>- представленный демонстрационный материал используется в докладе, информативен, автор свободно в нем ориентируется.</li><li>- к демонстрационному материалу нет претензий</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- доклад пересказывается, но не объяснена суть работы</li><li>- нет четкости ответов на большинство вопросов</li><li>- представленный демонстрационный материал не используется в докладе</li><li>- представлен плохо оформленный демонстрационный материал</li></ul>

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекспирский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Веб-аналитика**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**  
**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 14 часов

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	4 часа
Практические занятия/семинары	8 часов
Самостоятельная работа слушателей	2 часа
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	14 часов

Череповец  
2025

**Цель программы:** Освоить базовые навыки веб-аналитики.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу общепрофессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.
3	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	ПК 2.6.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)			
		1	2	3	
1	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Основные методы веб-анализа и возможности веб-аналитики</li><li>Базовые понятия. АВ-тестирование. Колл-трекинг. Метрики и KPI веб-аналитики</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Создавать и настраивать счетчики</li></ul>	ПК 2.5.			
2	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Возможности GTM: подключение счетчика Яндекс.Метрики и пикселя ВК</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Работать с целями в метрике</li><li>Работать с отчетами в метрике</li></ul>			ПК 2.7.	
3	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Основы подготовки для сертификации</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Создавать UTM-метки</li></ul>				ПК 2.6.

**1. Учебный план:**

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Модуль 1. Основы веб-аналитики	6	4	2	2	2	Практ. работа
2	Модуль 2. Подключение и настройка веб-аналитики	4	4	2	2	0	Практ. работа
3	Модуль 3. Инструменты веб-аналитики: Яндекс.Метрика	4	4	0	4	0	Практ. работа
	ВСЕГО	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	
	Промежуточная аттестация				Тест		

## **2. Рабочие программы учебных предметов**

### **Раздел 1: Основы веб-аналитики**

Роль веб-аналитики в интернет-маркетинге, цели и задачи.

Основные методы веб-анализа и возможности веб-аналитики.

Базовые понятия. АВ-тестирование. Колл-трекинг. Метрики и КРІ веб-аналитики.

Расчет показателей КРІ. Базовые аспекты интерпретации данных.

Основные инструменты веб аналитики: Яндекс. Метрика, Пиксель ВК.

Принципы работы счетчиков.

### **Раздел 2: Подключение и настройка веб-аналитики**

Яндекс. Метрика: установка счетчика, настройка целей. Установка пикселя ВК.

Возможности GTM: подключение счетчика Яндекс.Метрики и пикселя ВК.

### **Раздел 3: Инструменты веб-аналитики: Яндекс.Метрика**

Яндекс.Метрика: обзор интерфейса кабинета и основных функций. Понятие атрибуции, работа с сегментами.

Яндекс.Метрика: работа с отчетами: группировка, метрики. Создание отчетов по аудиториям, каналам и целям.

Яндекс.Метрика: Базовые отчеты (Источники. Сводка; Источники. Метки UTM). Понятие UTM-меток, создание utm-меток.

Яндекс.Метрика: Вебвизор, карты кликов, ссылок, скролинга, аналитика форм. Подготовка к сертификации.

## **3. Условия реализации программы**

### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

#### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

##### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Основы веб-аналитики	Практ.работа
2	Подключение и настройка веб-аналитики	Практ.работа
3	Инструменты веб-аналитики: Яндекс.Метрика	Практ.работа

#### **Промежуточная аттестация по курсу (Тест):**

Сертификация Я.Метрики.

Перейдите по ссылке и пройдите тест

<https://yandex.ru/adv/expert/exam/metrika>

#### Как пройти тестирование:

1. Перед стартом советуем ознакомиться [с правилами сертификации специалистов](#).
2. Перед тестированием проверьте свои персональные данные [в Яндекс ID](#) — сертификат выдаётся на имя и фамилию, указанные в нём для вашего логина. Сертификат, выданный на некорректные имя и фамилию, будет аннулирован. Следующая попытка его получить появится через год.
3. Время прохождения теста ограничено. Прерывать тестирование нельзя, но вы можете пропустить трудный вопрос и вернуться к нему после того, как ответите на остальные.
4. Если вы случайно закрыли страницу браузера с тестом, можно снова её открыть и продолжить отвечать на вопросы, пока не вышло время.
5. Кликните по кнопке «Начать тестирование».
6. Примите пользовательское соглашение.

#### Как рассчитываются попытки:

1. Чтобы получить сертификат по Яндекс Метрике, нужно набрать 80% правильных ответов по всему тесту. Например, если вы набрали 79% правильных ответов, попытка будет считаться неудачной и сертификат не выдаётся.
2. В случае неудачной попытки система сообщит вам, в каких именно темах набрано недостаточное количество баллов. Рекомендации будут храниться в вашем [личном кабинете](#) до следующей попытки.
3. У каждого логина есть несколько попыток получить сертификат. Если с

первого раза сдать тест не удастся, то для тестирования по Метрике вторая попытка будет доступна через неделю, третья — через месяц, четвёртая — через три месяца.

Например, если тест не удалось пройти 1 июня, вторая попытка станет доступна 8 июня, третья — 8 июля, четвёртая — 8 октября.

4. После трёх неудачных пересдач этот цикл начинается заново. Дату следующей попытки можно узнать [в личном кабинете](#).

5. Доступность попыток пройти тест по одному продукту не влияет на попытки по другим. Например, если вы не сдали тест по Метрике, все остальные тесты будут для вас по-прежнему открыты.

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Количество правильных ответов	80% и больше	79% и меньше

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования**

**«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор АНО ПО  
«Флагман образования»**

**/А.А. Баринова**

**«15» июля 2025г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Инфлюэнс-маркетинг**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 38 часов

**Виды занятий** **Объем часов**

Лекции 16 часов

Практические занятия/семинары 16 часов

Самостоятельная работа слушателей 6 часов

Промежуточная аттестация Дифференцированный зачет

ВСЕГО: 38 часов

Череповец  
2025

**Цель программы:** формирование комплекса практических знаний и навыков по продвижению товаров или услуг с помощью блогеров и инфлюэнсеров.

### **Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

### **Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	ПК 2.8.

### **Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)			
		1	2	3	
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• типы блогеров</li> <li>• особенности площадок для интеграций у блогеров</li> <li>• алгоритм написания приветственного письма</li> <li>• вспомогательные сервисы для анализа блогеров</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать контент блогеров</li> <li>• формулировать техзадание для блогеров</li> <li>• анализировать результаты проведённой рекламной кампании</li> <li>• подбирать блогеров под проект</li> </ul>	ПК 2.8.			

### **1. Учебный план:**

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Что такое инфлюэнс-маркетинг	18	16	8	8	2	Практ. работа
2	Инструменты работы с блогерами	20	16	8	8	4	Практ. работа
ВСЕГО		38	32	16	16	6	
Промежуточная аттестация		Индивидуальное задание					

## **2. Рабочие программы учебных предметов**

### **Раздел 1. Что такое инфлюэнс-маркетинг**

- Инфлюэнс-маркетинг - где и в каком виде он встречается
- Типы блогеров и надо ли им становиться
- Репутация блогеров
- Примеры эффективных инфлюэнс-кампаний

### **Раздел 2. Инструменты работы с блогерами**

- Аналитика блогеров, вспомогательные сервисы
- Подбор блогеров под проект
- Общение с блогерами и их представителями
- Рекламные креативы для интеграции
- Итоговая проерочная работа по курсу
- Разбор результатов. Подведение итогов.

## **3. Условия реализации программы**

### **3.1. Материально-технические условия реализации программы**

#### **Технические средства обучения**

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

**Текущая аттестация:**  
**Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Что такое инфлюэнс-маркетинг	Практ. работа
2	Инструменты работы с блогерами	Практ. работа

**Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

Выберите компанию, с которой вы будете работать:

- Студия дизайна интерьера: <https://ldesign.studio/>
- Магазин кастомной клавиатуры: <https://geekboards.ru/>
- Курсы по программированию: <https://inordic.ru/>

1. Для выбранной вами компании вам необходимо составить список наиболее релевантных блогеров: минимум 3 с Rutube, 1 с Insta и 1 в Telegram. Список блогеров должен быть оформлен в таблице:

Ник/имя	Ссылка	Соцсеть	Количество подписчиков	Тематика	Комментарий

Вам необходимо тезисно обосновать каждого выбранного блогера.

- Подготовьте и напишите ТЗ для 2-х блогеров из списка на Rutube и для 1 в Telegram. ТЗ должно содержать форматы рекламы, приблизительный тайминг и длину по времени, 1-2 референса, с описанием сюжета\содержания рекламного ролика.
- Напишите 2 приветственных сообщения, одно блогеру на Rutube, второе для блогера в Telegram. В ответе приложите ссылку на аккаунт блогера и укажите, куда именно вы будете писать.

Всё это необходимо собрать в одну презентацию Power Point и прикрепить в ответ.

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Обоснование блогеров	Составлен список наиболее релевантных блогеров: минимум 3 с Rutube, 1 с Insta и 1 в Telegram. Обоснован и проанализирован каждый блогер	Не составлен список наиболее релевантных блогеров/или выбран только один. Не обоснован и проанализирован каждый блогер
Приветственное сообщение	Правильно составленное письмо блогерам (копирайтинг)	Не составлено письмо блогерам
Презентация	Оформленная презентация, с анализами и выводами	Нет презентации, с анализами и выводами

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Вирусный контент**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 38 часов

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	16 часов
Практические занятия/семинары	16 часа
Самостоятельная работа слушателей	6 часов
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	38 часов

Череповец  
2025

**Цель программы:** Освоить методики создания и распространения вирусного контента.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)		
		1	2	3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>органические методы продвижения контента</li> <li>площадки для распространения вирусного контента</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Создавать креативный контент с вирусным потенциалом</li> <li>Создавать вирусные видеоролики</li> </ul>			ПК 2.5.
	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Форматы контента</li> <li>Алгоритмы работы социальных сетей</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Составлять план распространения контента</li> <li>Запускать и организовывать челленджи</li> </ul>			ПК 2.7.

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Понятие вирусности	6	6	4	2	0	Практ. работа
2	Использование инфоповодов	8	6	4	2	2	Практ. работа
3	Инфлюэнсеры	9	8	4	4	1	Практ. работа
4	Коммьюнити авторов	7	6	2	4	1	Практ. работа
5	Системное продвижение	8	6	2	4	2	
ВСЕГО		<b>38</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	
Промежуточная аттестация		Тест					

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Раздел 1. Понятие вирусности

- Органические методы продвижения
- Понятие вирального контента
- Что заставляет людей делиться контентом
- Психологические аспекты
- Выполнение креативного задания

### Раздел 2. Использование инфоповодов

- Понятие инфоповода и с чем его "едят"
- Создание инфоповода на rutube
- Дзен как площадка для вирального контента
- Работа с Дзен и контентом

### Раздел 3. Инфлюэнсеры

- Зачем нужны лидеры мнений
- Как "лидеры мнений" придают вес проектам
- Составления планы сметы по блогерам

### Раздел 4. Коммьюнити авторов

- Понятие сообщества и почему авторам нужно взаимодействовать друг с другой
- Запуск челленджей
- Участие в коллабе/челлендже

### Раздел 5. Системное продвижение

- Как планировать активности
- Ресурсы и их просчет
- Презентация проекта

## 3. Условия реализации программы

### 3.1. Материально-технические условия реализации программы

#### Технические средства обучения

*Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:*

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

*Со стороны обучающихся:*

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

Практическая работа (выполнение заданий)

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Понятие вирусности	Практ. работа
2	Использование инфоповодов	Практ. работа
3	Инфлюэнсеры	Практ. работа
4	Коммюни티 авторов	Практ. работа
5	Системное продвижение	Практ. работа

#### **Промежуточная аттестация по курсу (Тест):**

Составить дорожную карту проекта.

Что нужно сделать:

1. Придумать название челленджа\коллаба
2. Описать его механику (что там автор/участник должен сделать) при возможности показать его референс, если ранее что-то похожее запускалось
3. Заполнить дорожную карту проекта, по примеру:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qfiojUBBTCbTNLUFxDiALSEkNd9cMtXXfSUHp1C\\_AR6c/edit#gid=475481811](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qfiojUBBTCbTNLUFxDiALSEkNd9cMtXXfSUHp1C_AR6c/edit#gid=475481811)

**Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Дорожная карта проекта	Составлена дорожная карта проекта (Есть название челленджа\коллаба, прописано, что там автор/участник должен сделать)	Не составлена дорожная карта проекта/и или Нет названия челленджа\коллаба, не прописано, что там автор/участник должен сделать

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекспинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» августа 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Таргетированная реклама**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**  
**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 22 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	4 часа
Практические занятия/семинары	16 часов
Самостоятельная работа слушателей	2 часа
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	<b>22 часа</b>

Череповец  
2025

**Цель программы:** Познакомить слушателей с теоретическими знаниями работы с трафиком и практическими аспектами работы рекламном кабинете: настройке рекламных, кампаний, создании рекламных объявлений и составлении медиапланов.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу профессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
1	2	3
1	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Принципы работы таргетированной рекламы</li> <li>• Устройство рекламного кабинета VK Реклама</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Настраивать и оптимизировать таргетированную рекламу под задачи бизнеса</li> <li>• Составлять и рассчитывать медиаплан для таргетированной рекламы</li> </ul>	ПК 2.5.
2	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методы запуска и настройки таргетированной рекламы</li> <li>• Методики анализа эффективности рекламных кампаний</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Составлять комплексные ежемесячные отчёты по результатам проделанной работы</li> <li>• Формировать ядро целевой аудитории с учетом ниши</li> </ul>	ПК 2.7.

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов дисциплины	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занят.		
1	Введение в таргетированную рекламу	8	6	2	4	2	Практ. работа
2	Таргетированная реклама "Вконтакте"	8	8	2	6	0	Практ. работа
3	Рекламные инструменты в социальных сетях	6	6	0	6	0	Практ. работа
<b>ВСЕГО</b>		<b>22</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	
Промежуточная аттестация		Индивидуальное задание					

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Раздел 1. Введение в таргетированную рекламу

- Введение в таргетированную рекламу
- Профессиональная терминология и формулы
- Брифование клиента, КРІ
- Анализ конкурентов, сегментация целевой аудитории
- Создание рекламных объявлений и офферов
- Создание медиаплана, построение воронки продаж

### Раздел 2. Таргетированная реклама "Вконтакте"

- Устройство рекламного кабинета Вконтакте и алгоритм работы таргетированной рекламы
- Форматы рекламных объявлений
- Настройка и выбор таргетингов
- Анализ эффективности рекламных кампаний
- Настройка рекламной кампании в РК Вконтакте

### Раздел 3. Рекламные инструменты в социальных сетях

- Другие рекламные инструменты в социальных сетях
- Профессиональный рост таргетолога
- Комплексное применение рекламных инструментов

## 3. Условия реализации программы

### 3.1. Материально-технические условия реализации программы

#### Технические средства обучения

Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

Со стороны обучающихся:

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

##### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Введение в таргетированную рекламу	Практ. работа
2	Таргетированная реклама "Вконтакте"	Практ. работа
3	Рекламные инструменты в социальных сетях	Практ. работа

#### **Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

Создание и настройка таргетированной рекламы в «Вконтакте» для образовательной организации.

#### **Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Выполненное задание	60% и больше	59% и меньше

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**  
162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Управление командой**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

**Трудоемкость:** 22 часа

<b>Виды занятий</b>	<b>Объем часов</b>
Лекции	4 часа
Практические занятия/семинары	16 часов
Самостоятельная работа слушателей	2 часа
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет
<b>ВСЕГО:</b>	22 часа

Череповец  
2025

**Цель программы:** освоить методы планирования и организации рабочих процессов, научиться управлять конфликтами и критическим ситуациями в команде, узнать, как критически подходить к анализу проблем внутри команды.

**Место дисциплины в структуре ДПП:**

Дисциплина относится к числу общепрофессиональных дисциплин и является частью дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки.

**Совершенствуемые компетенции**

№	Компетенция	ФГОС ПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
		Код компетенции
1	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	ПК 2.5.
2	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	ПК 2.7.
3	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	ПК 2.6.

**Планируемый результат обучения:**

№ п/п	В результате освоения программы обучающийся должен	Код компетенций в соответствии с ФГОС СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)	
		2	3
1	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Сценарии онбординга сотрудников</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Составлять план онбординга новых сотрудников</li> </ul>	ПК 2.5.	
	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Способы построения команды внутри коллектива</li> <li>Способы и методы делегирования</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Управлять рабочими процессами в команде</li> <li>Делегировать и распределять задачи между сотрудниками</li> </ul>	ПК 2.7.	
	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Методики разрешения конфликтов</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Разрешать конфликты между сотрудниками</li> </ul>	ПК 2.6.	

## 1. Учебный план:

	Наименование разделов по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд.ч	В том числе		СРС, ч	Форма аттестации
				Лекции	Практ. занятия		
1	Основы управления команды	8	6	2	4	2	Практ. работа
2	Управление проектами и командами	8	8	2	6	0	Практ. работа
3	Стратегическое управление и команды	6	6	0	6	0	Практ. работа
ВСЕГО		22	20	4	16	2	
Промежуточная аттестация		Индивидуальное задание					

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Раздел 1. Основы управления команды

Тема 1. Теории и подходы к управлению командой.

Тема 2. Критическое мышление и анализ проблем команды.

### Раздел 2. Управление проектами и командами

Тема 3. Взаимосвязь управления проектами и командами.

Тема 4. Обзор ИТ-инструментов управления командой в проекте.

Тема 5. Методы планирования и организации работы команды.

Тема 6. Управление рисками в командном проекте.

### Раздел 3. Стратегическое управление и команды

Тема 7. Роль командного подхода в стратегическом управлении.

Формирование стратегической визии команды.

Тема 8. Этика и ответственность руководителя команды.

Тема 9. Развитие лидерских компетенций.

Тема 10. Управление конфликтами и критическими ситуациями в команде.

## 3. Условия реализации программы

### 3.1. Материально-технические условия реализации программы

#### Технические средства обучения

Со стороны АНО ПО «Флагман образования»:

Компьютерное оборудование (компьютер/ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера); ЭИОС СДО ПРОФ.

Для работы преподавателей и методистов используется учебный кабинет № 10.

Со стороны обучающихся:

Дистанционная форма обучения требует от обучающихся наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и оснащение оборудованием: компьютер/ноутбук/планшет/телефон с веб-камерой, аудиоколонками и (или) наушниками.

Консультационная и информационная поддержка обучающихся (слушателей) осуществляется через личный кабинет слушателя в СДО ПРОФ, а также с помощью электронной почты, мессенджеров, современных сервисов Интернет взаимодействия.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы, не предусматривается.

### **3.2. Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям**

Каждый слушатель в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и системе дистанционного обучения:

- Учебные и методические материалы в личном кабинете ЭИОС СДО ПРОФ;
- Электронная образовательная система ЮРАЙТ (ЭБС).

#### **Текущая аттестация:**

##### **Практическая работа (выполнение заданий)**

	Наименование разделов дисциплины	Форма текущей аттестации
1	Основы управления команды	Практ. работа
2	Управление проектами и командами	Практ. работа
3	Стратегическое управление и команды	Практ. работа

#### **Промежуточная аттестация по курсу (Индивидуальное задание):**

Дано:

Ваша команда - отдел в большой компании. Руководитель отдела (это вы), два ведущих специалиста и еще 7 сотрудников.

Между двумя ведущими специалистами есть затяжной конфликт на личной почве (не имеет отношения к работе). Этот конфликт привел к снижению мотивации и продуктивности всего отдела. От вас, как от руководителя отдела, требуется что-то предпринять.

Приведите несколько вариантов решения этой проблемы.

Сделайте анализ рисков для каждого варианта решения (опишите каждый риск, его вероятность/влияние, приоритет и возможные последствия).

Пример схемы анализа рисков: <https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/decision.shtml>

На основе анализа рисков примите наиболее обоснованное решение.

#### **Критерии оценки:**

Показатели оценки	Зачет	Незачет
Решение конфликта	Приведено несколько вариантов решения проблемы. Сделан анализ рисков всех решений (описаны вероятность, влияние, приоритет и возможные последствия) Итог – конфликт решен.	Приведен один вариант решения (либо вообще нет вариантов). Не сделан анализ рисков всех решений (не описаны вероятность, влияние, приоритет и возможные последствия). Итог – конфликт не решен.

**Приложение 2**  
**Программа итоговой аттестации**

**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Флагман образования»**

162626, г. Череповец, Шекснинский пр-т, д.25а, пом.14н  
ОГРН 1243500006925, ИНН 3528341967

УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНО ПО  
«Флагман образования»  
/А.А. Баринова  
«15» июля 2025г.

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**SMM-менеджер**

**Вид профессиональной деятельности:** Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Трудоемкость: 600 часов

Срок обучения: 30 недель

Форма обучения: Заочная, с применением дистанционных образовательных технологий

Режим занятий: 20 часов в неделю

Череповец  
2025

## **1. Общие положения**

Программа итоговой аттестации дополнительной профессиональной программы «SMM-менеджер» в сфере деятельности: Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", разработана на основе Положения об итоговой аттестации слушателей, обучающихся по программам дополнительного профессионального образования АНО ПО «Флагман образования».

Итоговая аттестация представляет собой форму оценки степени и уровня освоения обучающимися образовательной программы. Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся.

Итоговая аттестация является обязательной для слушателей, завершающих обучение по дополнительной профессиональной программе профессиональной переподготовки.

К итоговой аттестации допускается слушатель, не имеющий задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план по ДПП.

Итоговая аттестация слушателей проводится с целью установления соответствия достигнутых результатов освоения ДПП заявленным целям и запланированным результатом обучения.

Итоговая аттестация по программе профессиональной переподготовки проводится в форме итогового экзамена (в том числе в форме тестирования) и/или защиты итоговой аттестационной работы/проекта в соответствии с программой профессиональной переподготовки. Видом итоговой аттестации выпускников по ДПП программе профессиональной переподготовки «SMM-менеджер» в сфере деятельности: Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

При применении итоговых аттестационных испытаний с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий обеспечивается идентификация личности слушателя и контроль соблюдения установленных учебным планом и настоящим положением норм и требований.

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию или прервавшим обучение по уважительным причинам (по медицинским показаниям, подтвержденным соответствующими документами), предоставляется возможность переноса срока прохождения итоговой аттестации на основе личного заявления. В случае если слушатель был направлен на обучение организацией, данный вопрос согласовывается с данной организацией.

## **2. Виды и задачи профессиональной деятельности выпускников**

Виды и задачи профессиональной деятельности выпускников, заявленные в программе: SMM-менеджер:

- Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью.
- Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.
- Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров.

Вид трудовой деятельности - Повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей. Уровень квалификации – четвертый (Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта «06.043 Специалист по интернет-маркетингу» (Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н). в рамках общих трудовых функций «Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети "Интернет"».

Возможное место работы (типы предприятий): коммерческие и некоммерческие организации.

Задачи профессиональной переподготовки: совершенствование имеющихся и формирование новых компетенций у обучающихся для выполнения трудовых функций: С/01.4, С/02.4, С/03.4.

Трудовые функции по Квалификационному справочнику ЕКСД (Постановление Минтруда РФ от 21.08.1998 N 37 (с изменениями от 27.03.2018) «Специалист по маркетингу»:

- Осуществляет разработку мер по производству продукции (товара) и оказанию услуг, которые находят наибольший спрос и рынок сбыта.
- Содействует сбалансированному развитию производства и сферы услуг, готовит предложения по выбору и изменению направлений развития товарного ассортимента, производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности.
- Участвует в разработке маркетинговой политики, определении цен, создает условия для планомерной реализации товара и расширения оказываемых услуг, удовлетворения спроса покупателей (клиентов) на товары и услуги.
- Изучает рынок аналогичных товаров и услуг (анализ спроса и потребления, их мотиваций и колебаний, деятельности конкурентов) и тенденций его развития.
- Прогнозирует объем продажи и формирует потребительский спрос на товары и услуги, выявляет наиболее эффективные рынки сбыта, а также требования к качественным характеристикам товара (способ его производства, срок службы, правила пользования, упаковку) или оказываемой услуги.
- Исследует факторы, влияющие на сбыт товара и имеющие значение для успешной реализации оказываемых услуг, типы спроса (устойчивый, ажиотажный, кратковременный и др.), причины его повышения и снижения, дифференциацию покупательной способности населения.

- Совершенствует информационное обеспечение проводимых исследований рынка.
- Разрабатывает программы по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендации по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами.
- Определяет меры, подготавливает предложения и разрабатывает рекомендации по повышению качества и улучшению потребительских свойств товаров и услуг, перспективы освоения новой продукции и рынков сбыта, с учетом социально-демографических особенностей различных групп населения, состояния и динамики их доходов, традиций и вкусов, а также необходимые для этого затраты всех видов ресурсов, включая сырье, материалы, энергию, кадры.
- Анализирует конкурентную среду с учетом изменений в налоговой, ценовой и таможенной политике государства, объем оборота, прибыль от продажи, конкурентоспособность, скорость реализации, факторы, влияющие на сбыт.
- Ведет контроль за сбытом, проводит сопоставление запланированных данных с полученными результатами по объему, выручке, времени сбыта (оказания услуг) и территории их распространения, выявляет отклонения и изменения конъюнктуры рынка.
- Обеспечивает рост эффективности предпринимательской деятельности, прибыли и доходов, повышение конкурентоспособности товаров и услуг.
- Принимает участие в подготовке, переподготовке и повышении квалификации управленческих кадров с учетом требований рыночной экономики.

### **3. Требования к результатам освоения программы для выполнения профессиональных (трудовых) функций**

Результатом освоения дополнительной профессиональной программы является развитие общекультурных, общепрофессиональных и формирование профессиональных компетенций. В частности, совершенствование имеющихся компетенций:

- Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров (ПК-1)
- Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений (ПК-2)
- Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации (ПК-3)
- Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации (ПК-4)

#### **4. Требования к выпускнику, проверяемые в ходе итоговой аттестации**

Итоговая аттестация предполагает проверку результатов освоения программы профессиональной переподготовки, т.е. оценку сформированности всех компетенций, предусмотренных программой.

Аттестация по ДПП «SMM-менеджер» осуществляется в форме защиты проекта.

Подготовка выпускного проекта включает:

- Индивидуальный проект;
- Презентацию проекта.

К итоговой аттестации допускаются обучающиеся, выполнившие учебный план в полном объеме, не имеющие академическую задолженность (задолженность по текущей и промежуточной аттестации).

При прохождении итоговой аттестации выпускники должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные знания, сформированные умения, профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, аргументировать и защищать свою точку зрения.

Оценка выставляется в соответствии с критериями, приведенными в п. 3.1 настоящей программы по принятой четырех балльной системе. Итоговая оценка определяется по окончанию итогового экзамена. По окончании заседания аттестационной комиссии, результаты объявляются Председателем аттестационной комиссии.

#### **5. Порядок формирования и состав аттестационной комиссии**

Итоговая аттестационная комиссия создаётся в целях комплексной оценки уровня знаний слушателей с учетом целей обучения, вида ДПП, установленных требований к содержанию ДПП, результатов промежуточных испытаний.

Аттестационную комиссию возглавляет председатель, который организует и контролирует ее деятельность, обеспечивает единство требований, предъявляемых к слушателям. Председателем аттестационной комиссии по программе профессиональной переподготовки целесообразно определять лицо, не работающее в образовательной организации, как правило, из числа ведущих специалистов предприятий, организаций и учреждений, по профилю осваиваемой слушателями программы.

Аттестационная комиссия формируется из преподавателей колледжа, лиц, приглашенных из сторонних организаций и учреждений: преподавателей других учреждений и специалистов предприятий и организаций по профилю осваиваемой слушателем программы.

Дата и время проведения заседания итоговой аттестационной комиссии по ДПП профессиональной переподготовки устанавливается директором АНО

ПО «Флагман образования» и доводится до сведения всех членов аттестационной комиссии за 14 (четырнадцать) календарных дней до начала итогового испытания.

При устной форме итоговых испытаний решение аттестационной комиссией принимается на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим. Решение комиссий принимается непосредственно на заседании после оформления и подписания протокола, и сообщается слушателю.

Результаты итоговой аттестации слушателей ДПП фиксируются в протоколе заседания аттестационной комиссии, и хранятся в архиве АНО ПО «Флагман образования» согласно номенклатуре дел.

Решение по результатам проведения итоговой аттестации слушателей по ДПП профессиональной переподготовки оформляется следующими документами:

- протокол заседания аттестационной комиссии по приему итоговой аттестационной работы;
- отчет о работе аттестационной комиссии (ежеквартальный).

Итоговая аттестация ДПП профессиональной переподготовки «SMM-менеджер» в форме проекта оформляется протоколом заседания аттестационной комиссии по приему итоговой аттестационной работы.

## **6. Порядок подготовки и проведения итоговой аттестации**

Итоговая аттестация проводится в форме защиты Индивидуального проекта, презентации проекта.

Допущенная к защите аттестационная работа с отзывом руководителя, представляется в аттестационную комиссию не позднее, чем за 2 дня до защиты.

Защита итоговой аттестационной работы проводится на открытом заседании аттестационной комиссии. Защита начинается с доклада слушателя по выполненной аттестационной работе, продолжительность которого не должна превышать 5-7 минут.

Доклад должен содержать: обоснование актуальности избранной темы, описание исследуемой проблемы, формулировку цели и задач работы, ее наиболее важные результаты, выводы и основные рекомендации, имеющие прикладное значение. Для сопровождения доклада рекомендуется подготовить презентацию, раздаточные материалы.

После завершения доклада члены аттестационной комиссии задают слушателю вопросы в течение 15 минут с момента окончания доклада слушателя, ответы на которые позволяют оценить степень владения автором предметом исследования, уровень сформированных компетенций, знание научной литературы по профилю исследуемых вопросов, умение вести научную дискуссию и т.п. При ответах на вопросы слушатель имеет право пользоваться своей работой. В дискуссии могут принимать участие присутствующие на защите слушатели. После ответов слушателя на вопросы

оглашается рецензия и рекомендованная в ней оценка. Слушатель должен ответить на замечания рецензента, соглашаясь с ними или давая обоснованные возражения.

Итоговая оценка выставляется на основе выводов руководителя, отраженных в отзыве, качества защиты аттестационной работы (доклад слушателя, ответы на замечания рецензента и вопросы членов аттестационной комиссии).

Основными оцениваемыми показателями являются:

- актуальность темы работы и ее выводов;
- обоснованность результатов и выводов (соответствие их известным научным положениям и фактам; логичность в изложении собственных данных; корректность проведения эксперимента, использования научных методов исследования и т. п.);
- определенная новизна полученных данных;
- самостоятельность (личный вклад слушателя, который определяется степенью самостоятельности в выборе темы, постановке задач, планировании и организации исследования, обработке и осмыслении полученных результатов);
- возможность практического использования полученных результатов;
- аргументированность и четкость доклада слушателя на защите;
- соответствие оформления работы установленным требованиям;
- качество иллюстративного материала и электронной презентации к докладу.

Защита индивидуального проекта может осуществляться в очном или онлайн формате.

## **7. Перечень рекомендуемой литературы**

1. Толмачев А. Реклама в интернете. – СПб.: ВНВ-СПб, 2020. – 240 с.
2. Чекмарев С. Социальные сети для бизнеса в России. – М.: Омега Л, 2020. – 114 с.
3. Титов В. Компьюнити - менеджмент. Стратегия и тактика выращивания лояльных сообществ. – М.: АСТ-М, 2019. – 272 с.
4. Румянцев Д. Продвижение бизнеса ВКонтакте. Системный подход. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
5. Завьялова Д. 487 Хаков для интернет-маркетологов: Как получают еще больше трафика и продаж. – М.: Альпина Паблишер, 2023. – 432 с.
6. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера. – СПб.: Питер, 2018. – 320 с.
7. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях. – М.: Инфра-Инженерия, 2025. – 224 с.

**Информационно-библиотечные ресурсы (ссылки на информационные ресурсы АНО ПО «Флагман образования»):**

№	Наименование портала (ресурса)	Ссылка
1.	Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>

**8. Критерии оценки результатов обучения членами аттестационной комиссии**

Результаты итоговой аттестации слушателей ДПП в соответствии с формой итоговой аттестации, установленной учебным планом, выставляются по четырех балльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Результаты итоговой аттестации заносятся в соответствующие документы.

Результаты освоения программ профессиональной переподготовки оцениваются по четырех балльной шкале в соответствии с нижеприведенными критериями:

отметка "неудовлетворительно" выставляется обучающемуся, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не справившемуся с выполнением итоговой аттестационной работы;

отметку "удовлетворительно" заслуживает обучающийся, показавший частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, форсированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности, знакомый с литературой, публикациями по программе. Как правило, отметка "удовлетворительно" выставляется слушателям, допустившим погрешности в итоговой квалификационной работе;

отметку "хорошо" заслуживает обучающийся, показавший освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, изучивших литературу, рекомендованную программой, способный к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшего обучения и профессиональной деятельности;

отметку "отлично" заслуживает обучающийся, показавший полное освоение планируемых результатов всестороннее и глубокое изучение выполнять задания с привнесением собственного варианта решения практической задачи, проявивший творческие способности в понимании и применении на практике содержания обучения.

*Таблица 1. Предмет и объект оценивания с указанием критерии и шкал*

Предмет оценивания знания, умения, владение	Объект оценивания - продукт деятельности процесс, продукт и процесс	Показатели оценки	Критерии оценки	Шкалы оценки
Знания ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Ответ на вопросы членов комиссии или отсутствие ответов	Актуальность Научность Полнота изложения	Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих конкретных задач	Отлично Компетенции освоены в полном объеме (100 - 90%)
			Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Хорошо Компетенции освоены от 75% до 89%
			Слушатель способен применять знания в ограниченной области профессиональной деятельности	Удовлетворительно Компетенции освоены от 60% до 74%
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Неудовлетворительно Компетенции освоены меньше 60%

			Слушатель способен применять знания в широкой и ограниченной области профессиональной деятельности при решении Теоретических и практических задач	Зачтено Компетенции освоены от 60% и более
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности при решении общих и конкретных задач	Не зачтено Компетенции освоены меньше 60%
Умения ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Выполнение практических заданий в период подготовки к итоговой защите работы	Достижение планового результата  Активность, инициатива, толерантность, лидерство	Слушатель способен применять умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих и конкретных задач	Отлично Компетенции освоены в полном объеме (100 - 90%)
			Слушатель способен применять умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Хорошо Компетенции освоены от 75% до 89%
		Качество и полнота аргументов, умение отстоять свою точку зрения	Слушатель способен применять умения в ограниченной области профессиональной деятельности	Удовлетворительно Компетенции освоены от 60% до 74%
			Слушатель не способен применять умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Неудовлетворительно Компетенции освоены меньше 60%
			Слушатель способен применять умения в широкой и ограниченной области профессиональной деятельности при решении теоретических и практических задач	Зачтено Компетенции освоены от 60% и более
			Слушатель не способен применять умения в широкой области	Не зачтено Компетенции освоены меньше 60%

			профессиональной деятельности при решении общих и конкретных задач	
Навыки (опыт деятельности) ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Использование полученных знаний в практической деятельности на предприятии в период стажировки и подготовки к итоговой защите работы	Достижение поставленной цели в практической деятельности на предприятии (в организации) - самооценка	Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих и конкретных задач	Отлично Компетенции освоены в полном объеме (100 - 90%)
			Слушатель способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Хорошо Компетенции освоены от 75% до 89%
			Слушатель способен применять знания в ограниченной области профессиональной деятельности	Удовлетворительно Компетенции освоены от 60% до 74%
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач	Неудовлетворительно Компетенции освоены меньше 60%
			Слушатель способен применять знания в широкой и ограниченной области профессиональной деятельности при решении теоретических и практических задач	Зачтено Компетенции освоены от 60% и более
			Слушатель не способен применять знания в широкой области профессиональной деятельности при решении общих и конкретных задач	Не зачтено Компетенции освоены меньше 60%

