



**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ № 1.1
ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА
ПО СТАНДАРТАМ ВОРЛДСКИЛЛС РОССИЯ
ПО КОМПЕТЕНЦИИ № T10 «ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»
(ДАЛЕЕ — ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ЭКЗАМЕН)**

СОДЕРЖАНИЕ

Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.1 по компетенции №Т10 «Интернет-маркетинг»	3
Таблица соответствия	9
Задание для демонстрационного экзамена по компетенции.....	12
«Интернет-маркетинг» (образец)	12
Примерный план работы Центра проведения демонстрационного экзамена по КОД № 1.1 по компетенции №Т10 «Интернет-маркетинг»	15
План застройки площадки для проведения демонстрационного экзамена.....	16
Приложение.....	17

Паспорт комплекта оценочной документации (КОД) № 1.1 по компетенции №Т10 «Интернет-маркетинг»

Комплект оценочной документации (КОД) № 1.1 разработан в целях организации и проведения демонстрационного экзамена по компетенции №Т10 «Интернет-маркетинг» и рассчитан на выполнение заданий продолжительностью 4 часа.

КОД № 1.1 может быть рекомендован для оценки освоения основных профессиональных образовательных программ и их частей, дополнительных профессиональных программ и программ профессионального обучения, а также на соответствие уровням квалификации согласно Таблице (Приложение).

1. Перечень знаний, умений, навыков в соответствии со Спецификацией стандарта компетенции № Т10 «Интернет-маркетинг» (WorldSkills Standards Specifications, WSSS), проверяемый в рамках комплекта оценочной документации (Таблица 1).

Таблица 1.

Раздел WSSS	Наименование раздела WSSS	Важность
1	Организация работы и техника безопасности: <u>Специалист должен знать и понимать:</u> <ul style="list-style-type: none">• Общие правила безопасной работы на электрооборудовании, установленном на рабочем месте• Назначение и особенности технической эксплуатации оборудования, предоставленного для работы• Назначение и принципы действия противоаварийной и противопожарной защиты• Порядок действий при возникновении аварийной ситуации• Важность поддержания рабочего места в надлежащем состоянии• Значимость планирования всего рабочего процесса, как выстраивать эффективную работу и распределять рабочее время• Принципы и методы организации труда в команде• Методы контроля и управления командой на рабочем месте• Основы безопасной работы в сети Интернет• Основные правила вежливой коммуникации при взаимодействии в сети Интернет• Стандарты охраны здоровья при работе с компьютером	5,0

	<ul style="list-style-type: none"> • Общие правила защиты персональных данных и конфиденциальности информации • Основы командной работы и делегирования • Стандарты делового общения в письменной и устной форме <p><u>Специалист должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Подключать, запускать и завершать работу со стационарным или переносным компьютером на рабочем месте • Устранять первичные проблемы, связанные с электронным оборудованием • Поддерживать рабочее место в надлежащем состоянии: безопасном и аккуратном • Соблюдать требования по охране труда • Организовывать рабочее место для максимально эффективной работы 	
2	<p>Работа с документацией и межличностные отношения:</p> <p><u>Специалист должен знать и понимать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Трудовое законодательство Российской Федерации • Законодательство Российской Федерации о персональных данных • Основы делопроизводства и документационного обеспечения управления • Основы логики, психологии и риторики • Этические нормы при работе с заказчиками и коллегами • Значение выстраивания продуктивных рабочих отношений • Важность оперативного разрешения недопониманий и конфликтных ситуаций. • Осознавать границы своих полномочий <p><u>Специалист должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Составлять информационно-аналитические справки • Составлять маркетинговые стратегии • Составлять SMM-стратегии • Составлять контент-планы • Писать тексты для социальных сетей • Писать тексты для сайтов, лендингов, презентаций • Различать виды текстов • Оформлять отчетные документы • Грамотно и логично писать • Грамотно и логично изъяснять свои мысли устно • Грамотно планировать свою работу, оценивать сроки и ресурсы, продумывать алгоритм действий 	9,75

3	<p>Организация процессов в интернет-маркетинге</p> <p>знать и уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • законодательство Российской Федерации о персональных данных • основ делопроизводства и документационного обеспечения управления • основы социологии труда, экономики, организации труда и управления • основы логики, психологии и риторики • отраслевой специфики сквозных профессий • бизнес знания • грамотно использовать в своей работе термины и определения интернет-маркетинга • оценить собственные компетенции интернет-маркетолога по блокам • определить модель оплаты привлечения трафика в сети Интернет • правила использования ключевой терминологии для профессиональной коммуникации по всем каналам привлечения трафика • отличия типов площадок для привлечения трафика в сети Интернет • основные особенности и отличия всех каналов интернет-маркетинга • перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет • правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации • структуру подразделения интернет-маркетинга в организации • составлять контент-план • разрабатывать уникальные торговые предложения • разрабатывать рекламные модули • создавать стратегии продвижения • составлять информационно-аналитические справки • грамотно планировать свою работу, оценивать сроки и ресурсы, продумывать алгоритм действий • оценить собственные компетенции интернет-маркетолога по блокам • определить модель оплаты привлечения трафика в сети Интернет • составить структуру документа интернет-маркетингового аудита 	19,85

	описать компетенции сотрудников подразделения интернет-маркетинга организации	
5	<p>Организация работ по разработке рекламных модулей, e-mail-рассылок, лендингов, УТП</p> <p><u>Специалист должен знать и понимать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Процесс определения и сегментации целевой аудитории • Основные принципы и правила копирайтинга • Основные принципы и правила дизайна и верстки • Основы разработки и поддержки сайтов/лендингов • Принципиальные отличия лендингов от сайтов • Сервисы для автоматизации рассылок • Сервисы для создания • Основы бюджетирования маркетинговой деятельности • лендингов • Что такое УТП • Как разрабатывается УТП <p><u>Специалист должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Сегментировать целевую аудитория для разных задач и продуктов • Обосновывать выбор целевой аудитории • Писать тексты и рекламные слоганы • Определять СТА для лендингов • Работать с бесплатными сервисами создания лендингов • Создавать УТП для определенных задач • Работать с сервисами рассылок • Рассчитать бюджет на создание лендинга • Написать ТЗ на создание лендинга для сторонних специалистов 	2,35
	ИТОГ	36,95

2. Форма участия:

Индивидуальная

3. Обобщенная оценочная ведомость.

В данном разделе определяются критерии оценки и количество начисляемых баллов (судейские и объективные) (Таблица 2).

Общее максимально возможное количество баллов задания по всем критериям оценки составляет 36,95.

Таблица 2.

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
				Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
1.	А Анализ информационного пространства	Модуль 1: Анализ информационного пространства	1, 2, 3	2	23,40	25,40
2.	В Разработка стратегии продвижения	Модуль 2: Разработка стратегии продвижения	1, 2, 3, 5	1	10,55	11,55
3.						
Итого				3	33,95	36,95

4. Количество экспертов, участвующих в оценке выполнения задания, и минимальное количество рабочих мест на площадке.

4.1. Минимальное количество экспертов, участвующих в оценке демонстрационного экзамена по компетенции №Т10 «Интернет-маркетинг» - 3 чел.

4.2. Минимальное количество рабочих мест составляет 1.

4.3. Расчет количества экспертов исходя из количества рабочих мест и участников осуществляется по схеме согласно Таблице 3:

Таблица 3.

Количество постов-рабочих мест	1-5	6-10	11-15	15-20	21-25
	Количество участников				
От 1 до 5	1				
От 6 до 10		2			
От 11 до 15			3		
От 16 до 20				3	
От 21 до 25					3

5. Список оборудования и материалов, запрещенных на площадке (при наличии)

- КПК, например, Palm, IPAQ, и т.п.
- Флешки/MP3-плееры/устройства хранения цифровой информации.
- Кассетные/CD плееры.
- Электронные записные книжки;
- Устройства беспроводной передачи данных.
- Неразрешённые компакт-диски или дискеты. Любые компакт-диски требуют разрешения на пронос от главного эксперта или уполномоченного лица.
- Любое дополнительное программное обеспечение, за исключением предоставленного организаторами, если иное не разрешено большинством экспертов.
- Предварительно запрограммированные микросхемы
- Покупные компоненты, модифицированные любым способом до начала соревнований.
- Оборудование аналогичное, или выполняющие аналогичные функции, что и поставленное организаторами.

В процессе демонстрационного экзамена без разрешения главного эксперта не допускается удаление со своих мест в рабочей зоне никакого инструмента, оборудования, компонентов, руководств, чертежей или устройств хранения данных.

В процессе демонстрационного экзамена допускается использование мобильных телефонов (определяется главным экспертом).

Таблица соответствия

знаний, умений и практических навыков, оцениваемых в рамках демонстрационного экзамена по компетенции №Т10 «Интернет-маркетинг» по КОД № 1.1 профессиональным компетенциям, основным видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и уровням квалификаций в соответствии с профессиональными стандартами

Уровень аттестации и (промежуточная/ ГИА)	Код и наименование ФГОС СПО	Основные виды деятельности ФГОС СПО (ПМ)	Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС СПО	Наименование профессионального стандарта (ПС)	Наименование и уровень квалификаций ПС	WSSS/модуль и/критерии оценки по КОД (по решению разработчика)
Комплект оценочной документации №1.1, продолжительность 4 час., максимально возможный балл – 36, 95 б.						
ГИА	42.02.01 Реклама	01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, 02 Производство рекламной продукции, 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта 05 Реализация комплексных	3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка, 3.2 Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного проекта, 4.5 Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта, 5.2 Создавать сценарии и рекламные тексты, 5.4 Осуществлять поиск оптимальных технологий	Агент рекламный	3.1.1. - Основы компьютерной грамотности - Виды поисковых запросов пользователей в интернете - Грамматика русского языка 3.1.3. - Основы юзабилити - Правила деловой переписки - Особенности функционирования поисковых систем 3.2. - Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети - Составлять рекламные объявления,	1, 3, 5

		рекламных проектов	для реализации рекламного проекта		привлекательные для целевой аудитории 3.3.2. - Регистрация и оформление сообществ в социальных сетях 3.4.3. - Составление стратегии поискового продвижения	
ГИА	38.02.04 Коммерция (по отраслям)	01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	1.7 Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения., 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров, 2.7 Участвовать в проведении	Менеджер по продажам	3.3. - Основы коммуникаций 3.5.4. - Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной кампании 3.6.1. Анализ готовности сайта к медийным кампаниям и составление аналитической записки 3.6.2. - Составление медиа-плана продвижения 3.7.1. - Анализ и мониторинг информационного поля бренда, компании, личности, организации - Анализ конкурентов, присутствующих в социальных медиа - Анализ и мониторинг информационного поля конкурентов	1, 3, 5

			маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.		<ul style="list-style-type: none">- Составление аналитической записки по проведенному анализу 3.7.2.- Выбор площадок для продвижения- Составления списка тем для обсуждения- Составление примеров информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа- Составление календарного плана информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа- Составление календарного плана мероприятий для проведения в социальных медиа	
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--



**Задание для демонстрационного экзамена по компетенции
«Интернет-маркетинг»
(образец)**

Задание включает в себя следующие разделы:

1. Формы участия
2. Модули задания и необходимое время
3. Критерии оценки
4. Необходимые приложения

Количество часов на выполнение задания: 4 ч

1. ФОРМА УЧАСТИЯ

Индивидуальная

2. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Модули и время сведены в Таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Критерий	Модуль, в котором используется критерий	Время на выполнении модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейская (если это применимо)	Объективная	Общая
1	А Анализа информационного пространства	Модуль 1: Анализа информационного пространства	2 часа	1, 2, 3	2	23,40	25,40
2	В Разработка стратегии продвижения	Модуль 2: Разработка стратегии продвижения	2 часа	1, 2, 3, 5	1	10,55	11,55
Итого =					3	33,95	36,95

Модули с описанием работ

Модуль 1: Анализа информационного пространства

Участнику предоставляется задание со специально подготовленной заявкой от заказчика на анализ информационного пространства по определенной теме, включая:

- a. формирование тегов для мониторинга в рамках поставленной темы, в том числе объекты или ЛОМы;
- b. анализ публикаций по выбранной теме (СМИ, социальные сети, форумы, тематические сайты);
- c. анализ групп и авторов в социальных сетях и блогосфере;
- d. экспертная оценка полученной информации;

е. предложения для дальнейшей разработки стратегии продвижения продукта заказчика. Заявка может быть представлена как определенной компанией, промышленным предприятием и т.д., или основана на одной из категорий представленной в World Skills Russia:

1. Информационные и коммуникационные технологии.
2. Производство и инженерные технологии.
3. Строительство и строительные технологии.
4. Искусство и дизайн.
5. Транспорт и логистика.
6. Сфера услуг

Модуль 2: Разработка стратегии продвижения

1. Создать стратегию продвижения, которая в том числе будет включать следующие разделы:

- a. Концепция продвижения;
- b. Цели продвижения;
- c. Задачи для достижения каждой цели, если их более одной;
- d. Целевая аудитория;
- e. Модели поведения аудитории и чем можно на нее влиять;
- f. Основная идея в контенте;
- g. Рубрикатор;
- h. Предоставить не менее 3 тем для каждой рубрики;
- i. Определить форматы постов и описать требования к ним;
- j. Выбрать и обосновать социальные сети для продвижения;
- k. Представить примеры для ведения аккаунтов/сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление.

3. НЕОБХОДИМЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложения отсутствуют

**Примерный план работы Центра проведения
демонстрационного экзамена по КОД № 1.1 по компетенции
№Т10 «Интернет-маркетинг»**

	Примерное время	Мероприятие
Подготовительный день	08:00	Получение главным экспертом задания демонстрационного экзамена
	08:00 – 08:20	Проверка готовности проведения демонстрационного экзамена, заполнение Акта о готовности/не готовности
	08:20 – 08:30	Распределение обязанностей по проведению экзамена между членами Экспертной группы, заполнение Протокола о распределении
	08:30 – 08:40	Инструктаж Экспертной группы по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	08:40 – 09:00	Регистрация участников демонстрационного экзамена
	09:00 – 09:30	Инструктаж участников по охране труда и технике безопасности, сбор подписей в Протоколе об ознакомлении
	09:30 – 11:00	Распределение рабочих мест (жеребьевка) и ознакомление участников с рабочими местами, оборудованием, графиком работы, иной документацией и заполнение Протокола
	День 1	09:00 – 09:30
09:30 – 10:00		Брифинг экспертов
10:00 – 12:00		Выполнение модуля 1
12:00 – 13:00		Обед
13:00 – 15:00		Выполнение модуля 2
15:00 – 16:00		Работа экспертов, заполнение форм и оценочных ведомостей
16:00 – 17:00		Подведение итогов, внесение главным экспертом баллов в CIS, блокировка, сверка баллов, заполнение итогового протокола

ПРИЛОЖЕНИЕ

Инфраструктурный лист для КОД 1.1