**Паспорт Образовательной программы**

**«Сайт от идеи до первой продажи»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Версия программы** | **1** |
| **Дата Версии** | **15.** **10.2020** |

1. **Сведения о Провайдере**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.1 | Провайдер | **АНО ДПО "СофтЛайн Эдюкейшн"** |
| 1.2 | Логотип образовательной организации |  |
| 1.3 | Провайдер ИНН | **7736228783** |
| 1.4 | Ответственный за программу ФИО | **Максименко Денис Владиславович** |
| 1.5 | Ответственный должность | Руководитель проектного офиса |
| 1.6 | Ответственный Телефон | +7-495-232-0023 доб. 0889 |
| 1.7 | Ответственный Е-mail | Edu2035@softline.com |

1. **Основные Данные**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Название** | **Описание** |
| 2.1 | Название программы | Сайт от идеи до первой продажи |
| 2.2 | Ссылка на страницу программы | <https://go.teachbase.ru/course_sessions/vhodnoe-testirovanie-kurs-sayt-ot-idei-do-pervoy-prodazhi-11-01/apply> - входное тестирование  <https://go.teachbase.ru/course_sessions/sayt-ot-idei-do-pervoy-prodazhi-11-01/apply> - первая страница программы |
| 2.3 | Формат обучения | Заочное с применением дистанционных образовательных технологий |
|  | Подтверждение от ОО наличия возможности реализации образовательной программы с применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий с возможностью передачи данных в форме элементов цифрового следа | Подтверждаем возможность реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий с возможностью передачи данных в форме элементов цифрового следа |
| 2.4 | Уровень сложности | Начальный |
| 2.5 | Количество академических часов | 72 академических часа |
|  | Практикоориентированный характер образовательной программы: не менее 50 % трудоёмкости учебной деятельности отведено практическим занятиям и (или) выполнению практических заданий в режиме самостоятельной работы | 55 ак. часа отведено практическим занятиям и выполнению практических заданий в режиме самостоятельной работы, что составляет около 76,4 % трудоёмкости учебной деятельности |
| 2.6 | Стоимость обучения одного обучающегося по образовательной программе, а также предоставление ссылок на 3 (три) аналогичные образовательные программы иных организаций, осуществляющих обучение, для оценки объективности стоимости или обоснование уникальности представленной образовательной программы в случае отсутствия аналогичных образовательных программ на рынке образовательных услуг | 29900   1. <https://www.specialist.ru/course/smm?cm_id=18275127_2833858883_349039247196_aud-27713731523:kwd-302051507932_c__g_&utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_campaign=18275127&utm_content=2833858883&utm_term=aud-27713731523:kwd-302051507932&cm_id=18275127_2833858883_349039247196_aud-27713731523:kwd-302051507932_c__g_&gclid=CjwKCAjw5p_8BRBUEiwAPpJO673kJY6Mp1ezGIH4j0PxBfPCSfKrdTxgaQsJOvnpQwIa--uSNLrILBoCTzQQAvD_BwE>   21 990 руб. (за 24 ак часа)   1. <https://smm-kursy.ru/>   39 900 руб.   1. <https://convertmonster.ru/edu/>   33 000 руб |
| 2.7 | Минимальное количество человек на курсе | 1 |
| 2.8 | Максимальное количество человек на курсе | 2000 |
| 2.9 | Данные о количестве слушателей, ранее успешно прошедших обучение по образовательной программе | отсутствует |
| 2.10 | Формы аттестации | тестирование |
| 2.11 | Указание на область реализации компетенций цифровой экономики, к которой в большей степени относится образовательная программа, в соответствии с Перечнем областей | Цифровой маркетинг и медиа |

1. **Аннотация программы**

Согласно Google Trends (<https://trends.google.com/)>, профессиональное создание сайтов является в России одним из популярных запросов. Как в России, так и в Европе, растет востребованность комплексных digital-специалистов. Это профессионалы со знаниями и навыками широкого бизнес-спектра - от аналитики и оценки идей до разработки веб-ресурсов и выстраивания рекламной стратегии компании или предприятия. Умение проектировать стильные и технологичные сайты также актуально и для построения личного бренда. Это позволяет быстро отвечать на запросы рынка и экономит финансы и время при решении конкретных профессиональных и бизнес задач. Программа повышения квалификации «Сайт от идеи до первой продажи» направлена на совершенствование профессиональных компетенций «Способность постановки и нахождения путей решения прикладных задач по созданию с помощью онлайн конструкторов тематических веб-сайтов» и «Способность постановки и нахождения путей решения прикладных задач по продвижению веб-сайтов в сети Интернет». Программа ориентирована на всех желающих, кто хочет научиться создавать, обновлять и поддерживать веб-сайты без специальных знаний программирования, а также продвигать их в сети Интернет. Для успешного освоения программы обучающимся необходимо владеть базовыми компетенциями цифровой грамотности, в том числе навыками владения ПК на уровне среднего или продвинутого пользователя. В процессе обучения по программе обучающимся рекомендуется прослушать все видеолекции и видеоролики по практическим занятиям, выполнить по каждой теме практические задания, проработать самостоятельно дополнительные материалы и выполнить задания для самостоятельной работы, после этого необходимо выполнить тесты по каждому модулю и для успешного завершения обучения выполнить итоговый тест. Обучающийся в результате освоения программы: *будут знать* общие принципы разработки дизайн-концепта и фирменного стиля сайта, онлайн-сервисы для создания сайтов, структурные особенности различных типов сайтов (лендинга, интернет-магазина, классического сайта-визитки), современные требования к фото- и видеоконтенту сайта, особенности создания интернет-магазина, особенности рекламы и продвижения сайтов в поисковых системах и социальных сетях; *будут уметь* конструировать сайты и выкладывать их в Интернет, конструировать интернет-магазины любой архитектуры и сложности (за исключением интеграции с 1С), подбирать mood-board, концепт сайта и прототип и контент сайта, составлять тексты, подбирать фото-видео контент для сайта с соблюдением авторских прав, настраивать контекстную рекламу в поисковых системах ПС и базовый таргет в социальных сетях; *будут владеть навыками* подбора идеи для сайта, прототипирования и выбора дизайн-концепта сайта, создания фирменного стиля для web-использования, создания сайта с помощью готовых конструкторских форм, конструирования интернет-магазина с подключением платежных систем и агрегаторов доставки, размещения веб- сайта в интернете с помощью домена и хостинга, создания таргетированной рекламы в Интернет. Содержание программы повышения квалификации представлено основными линиями: идея и концепция сайта, основы создания сайта, текстовый, фото и видео контент, реклама и продвижение. В процессе обучения по программе повышения квалификации «Сайт от идеи до первой продажи» обучающиеся: познакомятся с полезными сервисами и приложениями, которые в дальнейшем можно будет использовать в самостоятельной профессиональной деятельности, будут работать над реальным проектом через выполнение системы практических заданий, что позволит не только закрепить полученные теоретические знания на практике, по и получить первый опыт самостоятельного создания сайта и его продвижения в Интернете. Результаты обучения по программе будут востребованы при решении следующих профессиональных задач: создание с помощью онлайн конструкторов различных типов тематических веб-сайтов и их продвижение в поисковых системах и социальных сетях.

**Автономная некоммерческая организация**

**дополнительного профессионального образования**

**«СофтЛайн Эдюкейшн»**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ:  Генеральный директор  АНО ДПО «СофтЛайн Эдюкейшн»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Э. Разуваев  «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. |

**Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации**

**«Сайт от идеи до первой продажи»**

72 часа

Москва, 2020

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

**1.Цель программы**

Формирование профессиональных компетенций, необходимых для постановки и нахождению путей решения прикладных задач по созданию с помощью онлайн конструкторов тематических веб-сайтов и их продвижению в сети Интернет.

**2.Планируемые результаты обучения:**

2.1.Знание (осведомленность в областях)

2.1.1 общих принципов разработки дизайн-концепта и фирменного стиля сайта;

2.1.2 онлайн-сервисов для создания сайтов;

2.1.3 структурных особенностей различных типов сайтов (лендинга, интернет-магазина, классического сайта-визитки);

2.1.4 современных требований к фото- и видеоконтенту сайта;

2.1.5 особенности создания интернет-магазина;

2.1.6. особенностей рекламы и продвижения сайтов в поисковых системах и социальных сетях.

2.2. Умение (способность к деятельности)

2.2.1 конструировать сайты и выкладывать их в Интернет;

2.2.2 конструировать интернет-магазины любой архитектуры и сложности (за исключением интеграции с 1С);

2.2.3 подбирать mood-board, концепт сайта и прототип и контент сайта;

2.2.4 составлять тексты, подбирать фото-видео контент для сайта с соблюдением авторских прав;

2.2.5. настраивать контекстную рекламу в поисковых системах ПС и базовый таргет в социальных сетях

2.3.Навыки (использование конкретных инструментов)

2.3.1 подбора идеи для сайта, прототипирования и выбора дизайн-концепа сайта;

2.3.2 создания фирменного стиля для web-использования;

2.3.3. создания сайта с помощью готовых конструкторских форм;

2.3.4. конструирования интернет-магазина с подключением платежных систем и агрегаторов доставки;

2.3.5. размещения веб- сайта в интернете с помощью домена и хостинга;

2.3.6. создания таргетированной рекламы в Интернет.

**3.Категория слушателей** (возможно заполнение не всех полей)

3.1. Образование: среднее профессиональное, высшее

3.2. Квалификация:

3.3. Наличие опыта профессиональной деятельности: специализированный профессиональный опыт не требуется

3.4. Предварительное освоение иных дисциплин/курсов /модулей

**4.Учебный план программы «Сайт от идеи до первой продажи»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Модуль** | **Всего, час** | **Виды учебных занятий** | | |
| **лекции** | **практические занятия** | **самостоятельная работа** |
|  | **Модуль 1. Вводное занятие. Брейнсторминг идеи** | **5** | **1** | **3** | **1** |
|  | **Модуль 2. Дизайн-концепт и структура сайта** | **18** | **5** | **10** | **3** |
|  | **Модуль 3. Лендинг** | **6** | **2** | **3** | **1** |
|  | **Модуль 4. Интернет-магазин** | **6** | **2** | **3** | **1** |
|  | **Модуль 5. Создание и наполнение сайта** | **5** | **4** | **16** | **4** |
|  | **Модуль 6. Реклама и продвижение сайта в поисковых системах (ПС) и социальных сетях** | **7** | **3** | **7** | **2** |
| **Итоговая аттестация** | | **1** | **Тест, зачет** | | **1** |
| **ИТОГО** | | **72** | **17** | **42** | **13** |

**5.Календарный план-график реализации образовательной программы**

(дата начала обучения – дата завершения обучения) в текущем календарном году, указания на периодичность набора групп (не менее 1 группы в месяц)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование учебных модулей** | **Трудоёмкость (час)** | **Сроки обучения** |
| **1** | **Модуль 1. Вводное занятие. Брейнсторминг идеи** | 5 | **01.11** |
| **2** | **Модуль 2. Дизайн-концепт и структура сайта** | 18 | **02.11-05.11** |
| **3** | **Модуль 3. Лендинг** | 6 | **06.11** |
| **4** | **Модуль 4. Интернет-магазин** | 6 | **07.11** |
| **5** | **Модуль 5. Создание и наполнение сайта** | 24 | **08.11-12.11** |
| **6** | **Модуль 6. Реклама и продвижение сайта в поисковых системах (ПС) и социальных сетях** | 12 | **13.11-14.11** |
| **11** | Итоговая аттестация | 1 | **14** |
| **Всего:** | | **72** | **15 календарных дней** |

**6.Учебно-тематический план программы «Сайт от идеи до первой продажи»**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Модуль / Тема** | **Всего, час** | **Виды учебных занятий** | | | **Формы контроля** |
| **лекции** | **практические занятия** | **самостоятельная работа** |
| 1 | **Модуль 1. Вводное занятие. Брейнсторминг идеи** | **5** | **1** | **3** | **1** | **тест** |
| 1.1 | Тема 1. Брейнсторминг идеи | 5 | 1 | 3 | 1 |  |
| 2 | **Модуль 2. Дизайн-концепт и структура сайта** | **18** | **5** | **10** | **3** | **тест** |
| 2.1 | Тема 2.1. Создание дизайн-концепта и подбор прототипа | 6 | 2 | 3 | 1 |  |
| 2.2 | Тема 2.2. Интеграция дизайн-концепта с целевой аудиторией | 6 | 1 | 4 | 1 |  |
| 2.3 | Тема 2.3. Структура сайта | 6 | 2 | 3 | 1 |  |
| 3 | **Модуль 3. Лендинг** | **6** | **2** | **3** | **1** | **тест** |
| 3.1 | Тема 3.1. Формула лендинга | 2 | 2 | 3 | 1 |  |
| 4 | **Модуль 4. Интернет-магазин** | **6** | **2** | **3** | **1** | **тест** |
| 4.1 | Тема 4.1. Интернет-магазин. Особенности создания | 7 | 2 | 3 | 1 |  |
| 5 | **Модуль 5. Создание и наполнение сайта** | **24** | **4** | **16** | **4** | **тест** |
| 5.1 | Тема 5.1.Сервисы для создания сайта | 6 | 1 | 4 | 1 |  |
| 5.2 | Тема 5.2. Фирменный стиль сайта | 6 | 1 | 4 | 1 |  |
|  | Тема 5.3. Копирайтинг сайта | 6 | 1 | 4 | 1 |  |
|  | Тема 5.4. Фото-и видеоконтент сайта | 6 | 1 | 4 | 1 |  |
| **6** | **Модуль 6. Реклама и продвижение сайта в поисковых системах (ПС) и социальных сетях** | **12** | **3** | **7** | **2** | **тест** |
| 6.1 | Тема 6.1. Реклама и продвижение в ПС | 6 | 2 | 3 | 1 |  |
| 6.2 | Тема 6.2. Реклама и продвижение в СС | 6 | 1 | 4 | 1 |  |
|  | **Итоговая**  **аттестация** | 1 |  |  | **1** | **Итоговый тест** |
|  | **ИТОГО** | **72** | **17** | **42** | **13** |  |

**7. Учебная (рабочая) программа повышения квалификации «Сайт от идеи до первой продажи»**

**Модуль 1** **Вводное занятие. Брейнсторминг идеи (5 час.)**

Тема 1. Брейнсторминг идеи (5час.)

Брейнсторминг. Идеи для дизайна сайта

**Модуль 2. Дизайн-концепт и структура сайта (18 час.)**

Тема 2.1. Создание дизайн-концепта и подбор прототипа (6 час.)

mood-board для дизайн-концепта; прототипирование; выбор дизайн-концепта сайта.

Тема 2.2. Интеграция дизайн-концепта с целевой аудиторией (6 час.)

Анализ целевой аудитории (ЦА); создание аватара ЦА; интеграция дизайн-концепта с ЦА, выбор основного дизайна.

Тема 2.3. Структура сайта (6 час)

Виды сайтов; карта сайта; структура сайта;

**Модуль 3. Лендинг (6 час.)**

Тема 3.1. Формула лендинга (6 час.)

Лендинг, особенности. Структура лендинга. Примеры, анализ примеров

**Модуль 4** **Интернет-магазин (6 час.)**

Тема 4.1. Интернет-магазин. Особенности создания (6час.)

Структурные особенности ИМ. Выбор и интеграция платежных систем. Выбор и интеграция агрегаторов доставки. Особенности товарной матрицы ИМ и связь с контекстной рекламой

**Модуль 5. Создание и наполнение сайта (24 час)**

Тема 5.1. Сервисы для создания сайта (6 час.)

Сервисы для создания логотипов. Конструкторы сайтов. Библиотеки шрифтов, подключение шрифтов к сайту

Тема 5.2 Фирменный стиль сайта (6 час.)

Фирменный стиль сайта: понятие, характеристика и особенности, составляющие фирменного стиля сайта

Тема 5.3. Копирайтинг сайта (6 час.)

Основы копирайтинга для сайта. Текст для сайта. Текст о компании

Тема 5.4. Фото-и видеоконтент сайта (6 час.)

Цветовая палитра сайта и сочетания фотоконтента. Видеоконтент. Авторское право. Сервисы для подбора фотоконтента с учетом авторских прав

**Модуль 6. Реклама и продвижение сайта в поисковых системах (ПС) и социальных сетях (12 час.)**

Тема 6.1 Реклама и продвижение в ПС (6 час.)

Контекстная реклама: особенности. Приемы создания контекстной рекламы. Контекстная реклама в Яндексе. Контекстная реклама в Гугле

Тема 6.2. Реклама и продвижение в СС (6 час.)

Таргетированная реклама: понятие, особенности, примеры, приемы создания. Таргетированная реклама в Фейсбуке. Таргетированная реклама в Инстаграм

Итоговая аттестация (1 час.)

**Описание практико-ориентированных заданий и кейсов**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Номер темы/модуля** | **Наименование практического занятия** | **Описание** |
| **1.1** | **Модуль 1. Тема 1.** | Проверка бизнес-идеи | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и пример выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*  *Пример задания.* Проверка бизнес-идеи. Заполнение таблицы.  Практические задание:  выбрать 2-3 идеи и просчитать одну из них. Результаты работы представить в MS Excel таблице по шаблону (предоставляется в модуле). |
| **2.1** | **Модуль 2. Тема 2.1** | Mood-board | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*.  Практическое задание: создание mood-board и прототипа сайта.  Результаты работы представить - сделать mood-board. Результаты работы представить в формате pdf. |
| **2.2** | **Модуль 2. Тема 2.2** | Основной портрет (аватар) целевой аудитории сайта | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*.  Практическое задание: создать аватар основного сегмента ЦА сайта. Результаты работы представить в виде pdf по шаблону, представленному в модуле. |
| **2.3** | **Модуль 2. Тема 2.3** | Структура сайта | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*  Практическое задание: создать структуру сайта (xmind) и подобрать 2-3 дизайн-концепта. Результаты работы представить в формате pdf. |
| **3.1** | **Модуль 3. Тема 3.1** | Лендинг | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем.*  Практическое задание: зайти на <https://tilda.cc> и сделать главную страницу сайта по формуле лендинга и предоставить в виде гиперссылки. |
| **4.1** | **Модуль 4. Тема 4.1** | Создание интернет-магазина | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем.*  Практическое задание: добавить на разработанный сайт (из предыдущего модуля) корзину с как минимум 3 товарами и одну платежную систему, предоставить в виде гиперссылки. |
| **5.1** | **Модуль 5. Тема 5.1** | Сервисы для создания сайта | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*  Практическое задание: разработать логотип в конструкторе <https://www.canva.com>, добавить на сайт, предоставить в виде гиперссылки. |
| **5.2** | **Модуль 5. Тема 5.2** | Фирменный стиль сайта | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*  Практическое задание: разработать логотип в конструкторе <https://www.canva.com>, слоган, отражающий УТП.  Добавить названия цветовой палитры (из модуля 2), выбрать шрифт заголовка сайта и шрифт основного текста.  Предоставить в формате pdf-презентации (по примеру презентации в модуле). |
| **5.3** | **Модуль 5. Тема 5.3** | Копирайтинг сайта | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*  Практическое задание: написать текст главной страницы сайта и добавить текст на сайт, предоставить в виде гиперссылки. |
| **5.4** | **Модуль 5. Тема 5.4** | Фото-и видеоконтент сайта | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*  Использовать сервисы, рассмотренные в модуле для финального формирования фото-контента сайта, предоставить в виде гиперссылки. |
| **6.1** | **Модуль 6. Тема 6.1** | 1.Реклама и продвижение в поисковых системах (ПС) | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой* преподавателем  Практическое задание: сформировать 1 РК на поиске в одной из ПС на выбор: Яндекс, Google. |
| **6.2** | **Модуль 6. Тема 6.2** | 1.Реклама и продвижение в социальных сетях (СС) | *Видеоролик с демонстрацией практических вопросов курса и примеров выполнения заданий. Самостоятельное выполнение обязательных практических заданий с последующей проверкой преподавателем*  Практическое задание: сформировать 1 РК в Фейсбук. Использовать при формировании аватар основного сегмента ЦА. |

8.Оценочные материалы по образовательной программе

8.1. Вопросы тестирования по модулям

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ модуля** | **Вопросы входного тестирования** | **Вопросы промежуточного тестирования** | **Вопросы итогового тестирования** |
| **0 (Входное тестирование)** | * + - 1. Выберите бесплатные конструкторы сайтов: * LMS * WordPress * Tilda * Setup * uCoz   + - 1. CMS – это: * система управления содержимым * система управления контентом * конструктов сайтов * информационная система для создания контента * информационная система для редактирования контента   + - 1. Таргет использует: * данные пользователей * ключевые слова, которые вводятся в строку поиска   + - 1. Контекст использует: * данные пользователей * ключевые слова, которые вводятся в строку поиска   + - 1. Яндекс.Метрика — это: * бесплатный интернет-сервис компании Яндекс для оценки посещаемости веб-сайтов * бесплатный интернет-сервис компании Яндекс для поведения пользователей * система веб-аналитики компании Яндекс * ничего не подходит   + - 1. Поисковая и тематическая реклама – это типы: * контекстной рекламы * таргетированной рекламы   + - 1. Копирайтинг – это: * написание текста для рекламы * переработка заимствованного текста * перевод текстов   + - 1. Контент сайта– это: * любая информация на сайте * текстовая информация на сайте * анимация и графические изображения на сайте * ничего не подходит |  |  |
| **1** |  | * + - 1. Итоговая цель брейнсторминга – это: * активировать командное мышление * набросать банк идей * выбрать 2-3 рабочие идеи   + - 1. Брейнсторминг – это: * мозговой штурм для поиска решения задачи * командная игра * новый триллер   + - 1. Зачем нужен финансовый просчет идеи? * чтобы спланировать деятельность компании * чтобы оценить финансовую привлекательность идеи * не знаю, просто так все делают   + - 1. Основоположник метода: * Алекс Осборн * Алан Фишнер * Генри Смит   + - 1. Принципы, которые не относятся к брейнсторминг * запрет вынесения приговора любым мыслям в начале обсуждения * трансформация количества в качество * наглядность * параллельного воздействия   + - 1. Брейнсторминг эффективен: * в больших группах (40-50 человек) * в группах до 10 человек * в группах до 5-ти человек * в группах 2-3 человека   + - 1. Брейнсторминг подходит: * для любой задачи * для творческой задачи * для жестко структурированной задачи   + - 1. Группе предлагается найти самые неудачные, неприемлемые решения проблемы, а затем их преобразовать в эффективные – это: * брейнсторминг * перекрестный брейнсторминг * обратный брейнсторминг |  |
| **2.** |  | * + - 1. Mood-board – это: * это фотосток * визуальная презентация или коллаж, состоящий из изображений, текста и прочих объектов, соответствующих ценностям проекта * ментальная визуализация   + - 1. Mood-board отличается от прототипа сайта: * ничем, это одно и тоже * Mood-board - схема сайта в виде наброска, а прототип - визуальная доска * Mood-board - это визуальная презентация, а не схема сайта   + - 1. Прототип сайта - это? * это простая схема страницы сайта в виде наброска * тоже, что mood-board * "скелет" сайта   + - 1. Целевая аудитория (ЦА)- это: * группа людей, которые вероятнее всего заинтересуются предложением и закажут конкретный товар или услугу * термин, используемый в маркетинге или рекламе для обозначения группы людей, объединённых общими признаками, или объединённой ради какой-либо цели или задачи * подписчики в социальных сетях   + - 1. Аватар целевой аудитории- это: * фильм * образ идеального клиента, представителя целевой аудитории * яркий представитель ЦА   + - 1. Целевую аудиторию нужно исследовать: * для успешной рекламы и экономии на продвижении * чтобы подобрать лучший ассортимент и выстроить успешную маркетинговую стратегию * для всего вышеперечисленного   + - 1. Основные разделы сайт: * шапка, тело сайта, подвал * шапка, тело сайта, подвал, контакты * логотип, шапка, тело сайта, подвал, контакты   + - 1. Какие виды сайтов рассматриваются в этом курсе? * визитка, лендинг, интернет-магазин, блог * визитка, коммерческий сайт, интернет-магазин, информационный сайт * визитка, лендинг, интернет-магазин, блог, интернет-магазин, портал |  |
| **3** |  | * + - 1. Формула лендинга- это: * магия * секретная информация, доступная только гуру интернет-маркетинга * структурная схема   + - 1. Обязательные блоки, используемые в каждом лендинге: * обложка, о проекте, этапы, тарифы, отзывы, фото и видео-галерея * обложка, о проекте, этапы, тарифы, целевая аудитория, отзывы, фото и видео-галерея * обложка, о проекте, этапы, тарифы, целевая аудитория, фото и видео-галерея, выгоды, блоки доверия, целевое действие   + - 1. Каким может быть целевое действие лендинга? * форма регистрации или подписки, призыв к действию (кнопка), контакты * форма регистрации или подписки и призыв к действию (кнопка) * любая форма, которая стимулирует посетителя оставить совершить целевое действие   + - 1. В блок доверия входит: * отзывы * отзывы, гарантии и сертификаты, партнеры, истории успеха, команда, FAQ * отзывы, гарантии и сертификаты, партнеры, истории успеха, команд   + - 1. Лендинг- это: * любой сайт компании * сайт-визитка компании * веб-страница для сбора контактных данных целевой аудитории   + - 1. Преимущества лендинга: * конкретность * концентрация на продукте или услуге * удобство сбора статистики * простота реализации * простота дизайна * все   + - 1. Лендинг – это: * автономная целевая страница * посадочная страница * рекламная страница * ничего не подходит   + - 1. Ошибки при создании лендинга: * перегруженность информацией * избыточные сведения о товаре или услуге * мелкий шрифт * строгий дизайн * яркий и насыщенный дизайн * все |  |
| **4** |  | * + - 1. Какое основное функциональное отличие интернет-магазина от любого другого, в том числе коммерческого сайта сайта? * нет отличий * наличие корзины * наличие корзины, оплаты через сайта и доставки   + - 1. Какой тип контента наиболее важен для интернет-магазина? * тексты * фотографии * тексты, фотографии и видео   + - 1. В интернет-магазине можно продавать любые товары: * Да * нет   + - 1. интернет-магазин B2B – это: * сеть интернет-магазинов * интернет-магазин «бизнес для бизнеса» * интернет-магазин «бизнес для клиента» * аббревиатура * набор символов   + - 1. Агрегатор доставки – это: * сторонний сервис, выполняющий функции посредника между интернет-магазином и покупателем * удобный инструмент по настройке служб доставки * сайт со ссылками на службы доставки   + - 1. Исследование целевой аудитории: * обязательный этап проектирования интернет-магазина * один из первых этапов проектирования интернет-магазина * лучше проводить после создания интернет-магазина * важный, но не совсем обязательный этап проектирования интернет-магазина   + - 1. Сайт интернет-магазина можно создать с использованием конструктора сайтов: * Да * нет   + - 1. B2C - это: * сеть интернет-магазинов * интернет-магазин «бизнес для бизнеса» * интернет-магазин «бизнес для клиента» * аббревиатура * набор символов |  |
| **5** |  | * + - 1. На какой главный вопрос должен отвечать рекламный текст сайта? * чем вы полезны? * сколько стоят ваши услуги * чем вы занимаетесь?   + - 1. Как лучше всего проверить читабельность текста? * проверить в редакторе Word * проверить с помощью редактора (человека) * прочитать вслух и переписать все сложные части   + - 1. Какой фото и видеоконтент можно использовать на сайте с точки зрения авторских прав? * какой угодно * личный авторский * любой, который не противоречит авторским правам   + - 1. Что такое контент? * это информация, за которой человек приходит на сайт * это текст и фото на сайте * это текстовое наполнение сайта   + - 1. Каким должен быть контент? * актуальным и целевым * актуальным и авторским * актуальным, целевым, авторским   + - 1. Какие шрифты лучше всего использовать для сайта? * какие угодно из Интернет * специально разработанный дизайнером * с открытой библиотеки шрифтов google и adobe   + - 1. Какие составляющие входят в фирменный стиль? * товарный знак, логотип, слоган, цветовое решение, шрифт. * логотип, слоган, цветовое решение, шрифт * логотип и шрифт   + - 1. Какой минимум элементов фирменного стиля нужно для сайта? * логотип, слоган * логотип, слоган, цветовое решение * логотип, слоган, цветовое решение, шрифт |  |
| **6** |  | * + - 1. По какому принципу ищут пользователи информацию в ПС?   ● по интересующим их словам  ● по подсказывающей рекламе  ● все подходит   * + - 1. В какой ПС лучше работает реклама на мобильных устройствах? * в Яндексе * в Google * в обеих ПС   + - 1. Какие существуют каналы продаж? * платные * бесплатные * оба варианта верные   + - 1. Как лучше запускать рекламу в Фейсбук? * через facebook business * через мобильное приложение * через инстаграм   + - 1. Как можно «крутить» рекламу в Инстаграм? * В ленте * В сториз * Подходят оба вариант   + - 1. Вам нужно прорекламировать салон красоты в спальном районе города. Какую социальную сеть лучше выбрать? * Инстаграм * Фейсбук * ВКонтакте   + - 1. Таргетированная реклама – это: * реклама в поисковых системах * реклама в социальных сетях * целевая реклама * выборочная реклама * ничего не подходит   + - 1. Виды таргетированной рекламы: * мобильный таргетинг * контентная таргетированная реклама * контекстно-медийная сеть google * таргетированная реклама в режиме реального времени * все * ничего |  |
| **Итоговое тестирование** |  |  | 1. Что входит в формулу лендинга?  * обложка, о проекте, этапы, тарифы, отзывы, фото и видео-галерея * обложка, о проекте, этапы, тарифы, целевая аудитория, отзывы, фото и видео-галерея * обложка, о проекте, этапы, тарифы, целевая аудитория, фото и видео-галерея, выгоды, блоки доверия, целевое действие  1. Какой сервис помогает решить практически все графические задачи в ходе работы по созданию сайта без специальных знаний?  * фотошоп * канва * любое приложения для рисования скетчей  1. Какое основное функциональное отличие интернет-магазина от любого другого, в том числе коммерческого сайта сайта?  * нет отличий * наличие корзины * наличие корзины, оплаты через сайта и доставки  1. Какие составляющие входят в фирменный стиль?  * товарный знак, логотип, слоган, цветовое решение, шрифт. * логотип, слоган, цветовое решение, шрифт * логотип и шрифт  1. Какое главное правило написания блока “кто мы”?  * простота изложения * чем сложнее, тем солидней * заголовок и подзаголовк дыолжны быть написаны по формуле  1. Какие типы контента используются на сайте  * текст и фото * текст, фото и видео * текст, фото, видео и аудио  1. Тело страницы сайта находится?  * в начале страница * на первом экране * между шапкой и подвалом  1. SMMplanner нужен для?  * аналитика соцсетей * планирования публикаций соцсетей * для поиска ЦА соцсетей  1. Какие типы фотографий нужны для интернет-магазина?  * предметные фото и лукбук * предметные фото * предметные фото, лукбук и фоновые фото  1. Какая ПС наиболее эффективна для рекламы на мобильных устройствах?  * Яндекс; * Google; * наиболее эффективно грамотное сочетание;  1. Из каких минимально необходимых элементов состоит главный экран лендинга?  * фоновое изображение, заголовок, подзаголовок, блок целевого действия * фоновое изображение, заголовок, подзаголовок, блок целевого действия, счетчик акции * фоновое изображение, заголовок (подзаголовок), блок целевого действия, счетчик акции, ссылки на соцсети  1. В чем основное функциональное отличие интернет-магазина от сайта, продающего товары/услуги он-лайн?  * прием платежей через корзину * интегрированная с сайтом служба доставки * он-лайн касса  1. Какой конструктор сайта лучше всего использовать для лендинга?  * tilda * vigbo * оба варианта  1. Mood-board отличается от прототипа сайта:  * ничем, это одно и тоже * Mood-board - схема сайта в виде наброска, а прототип - визуальная доска * Mood-board - это визуальная презентация, а не схема сайта  1. Mood-board – это:  * это фотосток * визуальная презентация или коллаж, состоящий из изображений, текста и прочих объектов, соответствующих ценностям проекта * ментальная визуализация |

**8.2.Описание показателей и критериев оценивания, шкалы оценивания.**

Шкалы оценивания

* 1. Входное тестирование

**Шкала критериев оценивания по входному тестированию**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Шкала оценивания** | **Критерии** | **Описание** |
| 70%-100% верных ответов на вопросы входного теста | **зачтено** | Потенциальный обучающийся успешно выполнил входной тест и может быть допущен к обучению по программе |
| 69% и менее верных ответов на вопросы входного теста | **не зачтено** | Потенциальный обучающийся не выполнил успешно входной тест и не может быть допущен к обучению по программе |

* 1. Промежуточное тестирование по модулям

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Шкала** | **Критерии** | **Описание** | **Уровень сформированности компетенции** |
| 90%-100% верных ответов на вопросы промежуточного теста | зачтено | Обучающийся успешно выполнил промежуточный тест по модулю | Продвинутый уровень |
| 89%-80% верных ответов на вопросы промежуточного теста | зачтено | Обучающийся успешно выполнил промежуточный тест по модулю | Базовый уровень |
| 79%-70% верных ответов на вопросы промежуточного теста | зачтено | Обучающийся не выполнил успешно промежуточный тест, необходимо повторное назначение теста и консультации преподавателя | Начальный уровень |
| Менее 70% верных ответов на вопросы промежуточного теста | не зачтено | Обучающийся не выполнил успешно промежуточный тест, необходимо повторное назначение теста и консультации преподавателя | Не владеет, компетенция не сформирована |

* 1. Итоговое тестирование по программе

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Шкала** | **Критерии** | **Описание** | **Уровень сформированности компетенции** |
| 90%-100% верных ответов на вопросы промежуточного теста | зачтено | Обучающийся успешно выполнил итоговый тест по программе | Продвинутый уровень |
| 89%-80% верных ответов на вопросы промежуточного теста | зачтено | Обучающийся успешно выполнил итоговый тест по программе | Базовый уровень |
| 79%-70% верных ответов на вопросы промежуточного теста | зачтено | Обучающийся выполнил успешно итоговый тест по программе | Начальный уровень |
| Менее 70% верных ответов на вопросы промежуточного теста | не зачтено | Обучающийся не выполнил успешно итоговый тест по программе | Не владеет, компетенция не сформирована |

**8.3.примеры контрольных заданий по модулям или всей образовательной программе.**

**Пример контрольного задания по программе**

1. **Контрольное задание** - идея сайта и ее практическая реализация в виде готового сайта с привязкой к домену.

Пример готового решения - ссылка на сайт:

https://you-domain.ru

**8.4.тесты и обучающие задачи (кейсы), иные практико-ориентированные формы заданий.**

Примеры практических заданий представлены в таблице 7.1.

Примеры тестов представлены в таблице 8.1.

В программе используются задания с последующей проверкой преподавателем, которые являются обязательными для выполнения по каждой теме. Дополнительно для организации самостоятельной работы используются задания со свободным ответом (в том числе проблемные), которые слушатели выполняют самостоятельно и отправляют на проверку преподавателю.

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**Модуль 1.**

Самостоятельная работа (1 ак.час.)

* Собрать 2-3 идеи методом брейн-шторминга.
* Собрать 2-3 идеи аналитическим методом обработки веб-ресурсов.

**Модуль 2.**

Самостоятельная работа (3 ак.час.)

На выбор:

* Составить список слов-ценностей для не основных идей
* Разработать аватары для трех из дополнительных сегментов целевой аудитории

**Модуль 3.**

Самостоятельная работа (1 ак.час.)

* Составить список 5-7 лендингов конкурентов

**Модуль 4.**

Самостоятельная работа (1 ак.час.)

На выбор:

* Составить список не менее 5 платежных систем для интеграции с ИМ
* Составить список не менее 5 курьерских служб для интеграции с ИМ

**Модуль 5.**

Самостоятельная работа (4 ак.час.)

На выбор:

* Написать текст для описания корневой категории или основной услуги сайта.
* Снять, отредактировать и выложить на сайт 1 собственный ролик или 3-5 фото (качества обычного смартфона достаточно).

**Модуль 6.**

Самостоятельная работа (2 ак.час.)

* собрать 100 ключевых запросов (ПС Яндекс).
* сформировать 1 сохраненную аудиторию в Фейсбук по признакам основного аватара.

**8.5.**  **описание процедуры оценивания результатов обучения.**

В процессе обучения слушатели должны выполнить практические задания с последующей проверкой преподавателем (в рамках практических занятий) и пройти промежуточную аттестацию по каждому модулю– электронное тестирование. Промежуточное тестирование включает 8 вопросов по модулю. Промежуточное тестирование считается успешно завершённым, если слушателем даны верные ответы на не менее чем 70% вопросов теста. Каждый слушатель имеет три попытки на выполнение промежуточного теста, время тестирования – 0,5 часа.

К итоговой аттестации допускаются слушатели, **выполнившие все практические задания (в рамках практических занятий) и промежуточные тесты по модулям (не менее 70% верных ответов по каждому тесту по теме)**, предусмотренные учебной программой. В ходе итогового электронного тестирования слушателю предлагается ответить на 15 вопросов. Тестирование считается успешно завершенным, если слушателем даны верные ответы на не менее чем 70% вопросов теста. Каждый слушатель имеет одну попытку на выполнение итогового теста, время тестирования – 1 ак. час.

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

**9.1. Кадровое обеспечение программы**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Фамилия, имя, отчество (при наличии)** | **Место основной работы и должность, ученая степень и ученое звание (при наличии)** | **Ссылки на веб-страницы с портфолио (при наличии)** | **Фото в формате jpeg** | **Отметка о полученном согласии на обработку персональных данных** |
| 1 | Тимко Татьяна Анатольевна | Master en diseño web en escuela de diseño y artes digitales en Valencia, Spain. Emprendedora.  Мастер веб-дизайна в школе дизайна и digital-инноваций (Валенсия, Испания), предприниматель. | https://courage-project.com |  | + |

**9.2.Учебно-методическое обеспечение и информационное сопровождение**

|  |  |
| --- | --- |
| **Учебно-методические материалы** | |
| Методы, формы и технологии | Методические разработки,  материалы курса, учебная литература |
| Методы: проблемно-развивающие методы; исследовательский, объяснительно-иллюстративный, метод проблемного изложения, частично-поисковый, методы контроля и самоконтроля  Формы: самостоятельная работа по освоению теоретического материала; самоконтроль через ответы на вопросы по видеолекциям и выполнение практических заданий и заданий для самостоятельной работы; промежуточный контроль (тесты по модулям для промежуточной аттестации), итоговый контроль (итоговое тестирование по курсу). | Основные источники:   1. Лидвелл У., Холден К., Батлер Д. Универсальные принципы дизайна. Изд-во: Питер. 2014. 272 с. 2. Нил Я. Веб-дизайн. Из-во: Символ-Плюс. 2006. 512 с. 3. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши и сокращай. Как создавать сильный текст. Изд-во: Альпина Паблишер.2020. 440 с. 4. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс] Режим доступа: [Маркетинг в социальных сетях](https://moi-portal.ru/upload/iblock/8b2/8b2246b6b04d87c9065730d33e451f49.pdf) (дата обращения: 30.10.2020).   Дополнительные источники:   1. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание брендов с помощью архетипов. Изд-во: Питер. 2005. 336 с. 2. Серновиц Э. Сарафанный маркетинг. Изд-во: Манн, Иванов и Фербер. 2016. 224 с. 3. Трейси Б. Психология продаж [Электронный ресурс] Режим доступа: [Скачать Психология продаж, Брайан Трейси](https://altairbook.com/books/2918069-psihologiya-prodaj.html) (дата обращения: 30.10.2020). |

|  |  |
| --- | --- |
| Информационное сопровождение | |
| Электронные  образовательные ресурсы | Электронные  информационные ресурсы |
|  | 1. Блог разрабочиков конструкторов Vigbo https://blog.vigbo.com  2. Блог разрабочиков конструкторов Tilda Блог разрабочиков конструкторов https://blog.vigbo.com |

**9.3.Материально-технические условия реализации программы**

|  |  |
| --- | --- |
| Вид занятий | Наименование оборудования,  программного обеспечения |
| Лекционные (видеолекции) | Операционная система семейств Mac Os, Windows  Предпочтительный браузер Mozilla Firefoxe |
| Практические | Операционная система семейств Mac Os, Windows.  Предпочтительный браузер Mozilla Firefoxe |
| Самостоятельная работа | Операционная система семейств Mac Os, Windows  Предпочтительный браузер Mozilla Firefoxe |

**III.Паспорт компетенций (Приложение 2)**

Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования

«СофтЛайн Эдюкейшн»

.

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ

**Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации**

**«Сайт от идеи до первой продажи»**

**ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИЙ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Наименование компетенции | Способность постановки и нахождения путей решения прикладных задач по созданию с помощью онлайн конструкторов тематических веб-сайтов | |
| 2. | Указание типа компетенции | профессиональная | |
| 3. | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | Под компетенцией понимается способность постановки и нахождения путей решения прикладных задач по созданию с помощью онлайн конструкторов тематических веб-сайтов  Слушатель должен:  *знать*:  - общие принципы разработки дизайн-концепта и фирменного стиля сайта;  - онлайн-сервисы для создания сайтов;  - структурные особенности различных типов сайтов (лендинга, интернет-магазина, классического сайта-визитки);  - особенности создания интернет-магазина;  - современные требования к фото- и видеоконтенту сайта;  *уметь***:**  - конструировать сайты и выкладывать их в Интернет;  - конструировать интернет-магазины любой архитектуры и сложности (за исключением интеграции с 1С);  - подбирать mood-board, концепт сайта и прототип;  - составлять тексты, подбирать фото-видео контент для сайта с соблюдением авторских прав;  *владеть*:  - приемами подбора идеи для сайта, прототипирования и выбора дизайн-концепта сайта;  - подходами к созданию фирменного стиля для web-использования;  - приемами создания сайта с помощью готовых конструкторских форм;  - технологиями конструирования интернет-магазина с подключением платежных систем и агрегаторов доставки;  - приемами размещения веб- сайта в интернете с помощью домена и хостинга. | |
| 4. | Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням | Уровни сформированности компетенции  обучающегося | Индикаторы |
|  | Начальный уровень | *Знает*: подходы к разработке дизайн-концепта сайта, онлайн сервисы для создания сайтов;  *Умеет*: конструировать сайты и выкладывать их в Интернет.  *Владеет*: навыками подбора идеи для сайта, прототипирования и подбора дизайн-концепта |
|  | Базовый уровень | *Базовый уровень:*  *Знает*: подходы к разработке фирменного стиля сайта; структурные особенности лендинга; требования к фото- и видеоконтенту сайта.  *Умеет:* подбирать mood-board, концепт сайта и прототип; составлять тексты, подбирать фото-и видеоконтент для сайта с соблюдением авторских прав.  *Владеет*: подходами к созданию фирменного стиля для web-использования; навыками подготовка текста для сайта и о компании; приемами создания сайта с помощью готовых конструкторских форм и приемами размещения веб- сайта в интернете с помощью домена и хостинга |
|  | Продвинутый | *Знает:* особенности создания интернет-магазина.  *Умеет:* конструировать интернет-магазины любой архитектуры и сложности (за исключением интеграции с 1С).  *Владеет:* технологиями конструирования интернет-магазина с подключением платежных систем и агрегаторов доставки |
| 5. | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности | |
| 6. | Средства и технологии оценки | Тесты, электронное промежуточное (по модулям) и итоговое тестирование | |

**ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИЙ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Наименование компетенции | Способность постановки и нахождения путей решения прикладных задач продвижению веб-сайтов в сети Интернет | |
| 2. | Указание типа компетенции | профессиональная | |
| 3. | Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции | Под компетенцией понимается способность постановки и нахождения путей решения прикладных задач продвижению веб-сайтов в сети Интернет  Слушатель должен:  *знать*:  - особенности рекламы и продвижения сайтов в поисковых системах и социальных сетях;  *уметь***:**  - настраивать контекстную рекламу в поисковых системах ПС и базовый таргет в социальных сетях;  *владеть*:  - приемами создания таргетированной рекламы в Интернет. | |
| 4. | Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням | Уровни сформированности компетенции  обучающегося | Индикаторы |
|  | Начальный уровень | *Знает*: что такое реклама в Интернете;  *Умеет*: приводить примеры контекстной и таргетированной рекламы в Интернет.  *Владеет*: отдельными приемами создания контекстной и таргетированной рекламы в Интернет |
|  | Базовый уровень | *Знает*: особенности рекламы и продвижения сайтов в поисковых системах *Умеет:* настраивать контекстную рекламу в поисковых системах ПС и базовый таргет в социальных сетях.  *Владеет*: приемами создания контекстной рекламы в поисковых системах ПС и приемами создания таргетированной рекламы в социальных сетях |
|  | Продвинутый | *Знает*: особенности рекламы и продвижения сайтов в поисковых системах и социальных сетях.  *Умеет*: настраивать эффективную контекстную рекламу в поисковых системах ПС и эффективную таргетированную рекламу в социальных сетях.  *Владеет*: технологиями и приемами создания эффективной контекстной рекламы в поисковых системах и эффективной таргетированной рекламы в социальных сетях |
| 5. | Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции | Компетенции цифровой грамотности | |
| 6. | Средства и технологии оценки | Тесты, электронное промежуточное (по модулям) и итоговое тестирование | |

**IV.Иная информация о качестве и востребованности образовательной программы** (результаты профессионально-общественной аккредитации образовательной программы, включение в системы рейтингования, призовые места по результатам проведения конкурсов образовательных программ и др.) (при наличии)

**V.Рекомендаций к программе от работодателей**: наличие не менее двух писем и/или подтверждения на цифровой платформе Государственной системы предоставления ПЦС от работодателей о рекомендации образовательной программы для реализации в рамках Государственной системы предоставления ПЦС на формирование у трудоспособного населения компетенций цифровой экономики с указанием востребованности результатов освоения программы в сфере деятельности соответствующих компаний и готовности к рассмотрению заявок наиболее успешно освоивших образовательную программу граждан на прохождение стажировки и (или) собеседования на предмет трудоустройства путем проставления отметки в профиле программы

**Загружено на платформу**

**VI.Указание на возможные сценарии профессиональной траектории граждан** по итогам освоения образовательной программы (в соответствии с приложением)

**СЦЕНАРИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ТРАЕКТОРИИ ГРАЖДАН**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цели получения персонального цифрового сертификата** | |
| **текущий статус** | **цель** |
| **Переход в новую сферу занятости** | |
| освоение новой сферы занятости | самозанятый, ИП/бизнесмен, расширение кругозора |

**VII.Дополнительная информация**

**VIII.Приложенные Скан-копии**

Загружено на платформу:

1. Два рекомендательных письма

2. Скан утвержденной образовательной программы

3. Скан утвержденного паспорта образовательной программы

4. Паспорт образовательной программы в формате word

**Генеральный директор**

**АНО ДПО «СофтЛайн Эдюкейшн» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Э. Разуваев**

М.П