



Департамент образования и науки Костромской области
Областное государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
«Костромской торгово-экономический колледж»

РАССМОТРЕНО
Методическим советом
ОГБПОУ «КТЭК»
Протокол № 7 от 13.05.2020
г.
Председатель
МС  Губанов С.А.

Разработчик: Губанов С.А.,
Руководитель СП ОГБПОУ
«КТЭК»

РАССМОТРЕНО
Педагогическим советом
ОГБПОУ «КТЭК»
Протокол № 7 от 11.06.2020 г.
Приказ ОГБПОУ «КТЭК» от
11.06.2020 г. № 183/п
Зам.директора 
Смирнова А.А.

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
Медийные инструменты как современное средство
продвижения ресторанных услуг**

2020 г.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

- 1. Название программы:** **Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Медийные инструменты как современное средство продвижения ресторанных услуг».**
- 2. Категория слушателей:** лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование в области профессиональной деятельности: реализация процесса обслуживания в организациях общественного питания.
- 3. Цель освоения программы:** качественное овладение профессиональной компетенцией по продвижению рекламы ресторанных услуг через социальные сети.
- 4. Форма обучения:** очная с применением дистанционных образовательных технологий.
- 5. Освоение программы предполагает достижение следующего(щих) уровня (ней) квалификации** в соответствии с профессиональным стандартом «Официант/ Бармен», утвержденного Приказом Минтруда и социальной защиты РФ от 01.12.2015 г. № 910 н и требованиями заказчика.
- 6. Образовательные результаты:**
Слушатель, освоивший программу, должен обладать профессиональной компетенцией по продвижению рекламы ресторанных услуг через социальные сети.
- 7. Результаты обучения:**

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

знать:

- историю возникновения Интернета;
- мировую сеть Интернет и способы рекламы в нём;
- сущность истории возникновения социальных сетей;
- определение «интернет – реклама», способы её классификации;
- законодательную базу о рекламе, средствах массовой информации, защите прав потребителей;
- способы и особенности рекламирования ресторана в социальных сетях.

уметь:

- давать характеристику ресторанных услуг;
- заполнять сайт ресторана текстам;
- проводить фото и видеосъёмку обетов ресторанного бизнеса.

иметь (практический опыт):

- определения и разработки стратегии продвижения услуг ресторана через социальные сети;
- расчёта затратной части на продвижение услуг ресторана через социальные сети.

8. Учебный план

№ п/п	Наименование раздела	Всего, час	Аудиторные занятия		Дистанционные занятия		СРС, час.	Промежуточная аттестация, час
			из них		из них			
			теоретические занятия (лекции)	Лабораторно-практические занятия	теоретические	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Виды социальных сетей и блог-платформ. Стратегические и тактические задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях.	6	2	2		2		
2.	Современные инструментальные решения медийного продвижения услуг ресторана через социальные сети: таргетинг и веб-аналитика	14	4	6		4		
Промежуточная аттестация по программе		4						4 зачет
Всего:		24	6	8		6		4

9. Календарный учебный график

Наименование разделов (дисциплин, практик, стажировок, иных видов учебной деятельности)	Объем нагрузки, ч.	Учебные недели		
		1	2	3
1. Виды социальных сетей и блог-платформ. Стратегические и тактические задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях.	6	6		
2. Современные инструментальные решения медийного продвижения услуг ресторана через социальные сети: таргетинг и веб-аналитика	14	6	8	
Промежуточная аттестация по программе	4		4	

10. Организационно–педагогические условия

10.1 Материально-технические условия реализации программы:

Вид ресурса	Характеристика ресурса и количество
Аудитория	Учебный класс, оснащенный посадочными местами по количеству обучающихся и рабочее место преподавателя.
Компьютерный класс	Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.
Программное обеспечение для реализации программы на основе дистанционных образовательных технологий или в рамках смешанного обучения	Смешанное обучение с использованием системы MOODL колледжа

Канцелярские товары	Бумага для принтера, ручки, маркеры.
Другое	Аппаратура для фото и видеосъёмки. Монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB,audio, HDMI.

10.2. Кадровые ресурсы:

Вид ресурса	Характеристика ресурса и количество
Руководитель проекта/куратор	Руководитель РЦ
Разработчик контента	Методист
Лектор	Преподаватель профильного цикла учебных дисциплин
Модератор	Преподаватель профильного цикла учебных дисциплин
Тьютор	Куратор

10.3. Учебно-методическое обеспечение программы

Основные источники:

1. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие/ под ред. Л.А. Данченко. – СПб.: Питер, 2018.
2. Веселов А., Горбачев М., Пискунова Н. Интернет-маркетинг и продажи: как заставить сайт продавать. Ростов-на-Дону: Феникс, 2017.
3. Халид Салех, Аяйт Шукайри. Повышение конверсии веб-сайта. - Манн, Иванов и Фербер, 2016.
4. Давыдов, С.Г. Сервисы групповых покупок в России: аудитория и направления развития / С.Г.Давыдов, Е.В.Демидов // Реклама. Теория и практика. - 2018. - № 5.- С. 290-298.

5. Данишевская, О.Г. Путь лидера онлайн-продаж: ключевые правила создания "продающего" интернет-магазина / О.Г.Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2017. - № 1. - С. 8-24.
6. Данишевская, О.Г. Секреты успеха: как создать прибыльный бизнес в интернете (часть 1): создание интернет-магазина / О.Г.Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2016. - № 4. - С. 250-258.
7. Данишевская, О.Г. Секреты успеха: как создать прибыльный бизнес в интернете (часть 2): создание интернет-магазина / О.Г.Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2015. - № 5. - С. 310-320.

Интернет-ресурсы:

<http://direct.yandex.ru> – Система размещения контекстной рекламы Яндекс.

2. <http://adwords.google.com> – Система размещения контекстной рекламы Google.

3. <http://www.seopult.ru> – Автоматизированная рекламная система.

4. <http://www.site-auditor.ru> – Анализ видимости в поисковых системах.

5. <http://www.virtualexs.ru> – Сервис для самостоятельного проведения маркетинговых исследований в Интернет.

11. Оценка качества освоения программы

11.1 Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по программе:

Наименование разделов учебного плана	Технология и/или метод(ы) проведения оценочного мероприятия	Шкала оценки (баллы, «зачтено» / «не зачтено»)	Размещение оценочных материалов
1. Виды социальных сетей и блог-платформ. Стратегические и тактические задачи, решаемые с помощью	ВР	10 баллов	сайт колледжа

работы в социальных сетях.			
2. Современные инструментальные решения медийного продвижения услуг ресторана через социальные сети: таргетинг и веб-аналитика	ВР	10 баллов	сайт колледжа
Промежуточная аттестация по модулю	ВР	10 баллов	сайт колледжа

11.2 Примеры оценочных материалов для разделов учебной программы:

Создать шаблон бизнес-аккаунта ресторана в социальных сетях (Вконтакте, Instagram). Наполнить шаблон контентом, разместить информацию, фото фирменных блюд ресторана, фотографии лучших работников ресторана, меню ресторана, контакты.

11.3 Критерии и шкала оценки для промежуточной аттестации по программе:

Критерии оценивания	Балл
Содержание, или наполнение бизнес-аккаунта полезной информацией	2
Структура бизнес-аккаунта	2
Оформление, или дизайн бизнес-аккаунта	2
Скорость загрузки бизнес-аккаунта	1
Продуманная система связи с посетителем. Контакты для связи с администрацией ресторана	1
Реклама ресторанных услуг	1
Интеграция с другими социальными сетями	1
Итого:	10

Слушатель считается успешно прошедшим промежуточную аттестацию по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации «Медийные инструменты как современное средство продвижения ресторанных услуг» при получении не менее **7 баллов** за выполненную работу.