

УТВЕРЖДАЮ

Индивидуальный предприниматель

Бозова Елизавета Дмитриевна

 / Е.Д. Бозова /
"01" "сентября" 2026 г.

ПОРЯДОК ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Общие положения

1.1. Настоящий Порядок устанавливает формы текущего контроля и промежуточной аттестации по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Продвижение в социальных сетях (SMM): стратегия, контент и работа с клиентами».

1.2. Текущий контроль проводится в форме домашних заданий. Промежуточная аттестация проводится после освоения программы в форме практической работы «Разработка SMM-стратегии» для реального или учебного проекта. В учебных материалах она также может называться итоговой защитой стратегии.

1.3. Проверку домашних заданий и итоговой стратегии осуществляет Бозова Елизавета Дмитриевна.

2. Текущий контроль

2.1. Домашние задания выполняются в личном кабинете в форме текста, ссылки или файла в формате, указанном в задании.

2.2. Если для задания не установлен отдельный срок, оно может быть направлено до даты итоговой защиты в пределах срока обучения.

2.3. Результат проверки фиксируется как «зачтено» либо «требуется доработка» и сопровождается комментарием проверяющего.

2.4. Проверка производится, как правило, в течение 5 рабочих дней со дня отправки задания. Обучающийся вправе представить до двух доработанных версий в пределах срока обучения.

2.5. Обязательными являются задания, прямо обозначенные как обязательные в личном кабинете или учебных материалах. Их выполнение является условием допуска к промежуточной аттестации.

3. Промежуточная аттестация

3.1. Обучающийся разрабатывает SMM-стратегию для реального или учебного проекта и представляет ее в формате презентации или документа.

3.2. Работа должна демонстрировать способность самостоятельно провести анализ проекта, целевой аудитории и конкурентного поля и на основании полученных данных разработать обоснованную систему продвижения проекта в социальных сетях.

3.3. Стратегия передается через личный кабинет либо официальный канал связи до установленной даты. Конкретный срок и технический способ представления сообщаются через личный кабинет или официальный канал связи.

3.4. Работа оценивается по шкале от 0 до 100 баллов. Результат фиксируется как «зачтено» или «не зачтено» и сохраняется в электронной информационно-образовательной среде.

4. Критерии зачета практической работы «Разработка SMM-стратегии»

4.1. Анализ текущего профиля проекта - 10 баллов. Анализируются шапка профиля, аватар, описание и ссылки, закрепленные истории и публикации, визуальное оформление и целостность аккаунта, существующие видео и другие форматы контента. Выделяются сильные и слабые стороны и предлагаются конкретные способы исправления недостатков.

Максимальный балл выставляется, если выводы основаны на фактическом состоянии аккаунта и предлагаемые изменения могут быть использованы при дальнейшем продвижении проекта.

4.2. Анализ конкурентов и ниши - 15 баллов. Для анализа выбираются релевантные конкуренты с учетом продукта, ценового сегмента, географии и модели продвижения. По конкурентам анализируются:

- количество подписчиков и средние охваты на основании выборки публикаций;
- вовлеченность и качество взаимодействия аудитории;
- шапка профиля, закрепленные истории и публикации, визуал;
- виды и форматы контента, видео и механики их подачи;
- триггеры, смыслы и уникальные особенности коммуникации;
- продающая составляющая, отзывы, офферы и другие инструменты продвижения.

По итогам формулируется отстройка проекта: какие решения конкурентов не используются, какие необходимо реализовать иначе и какие удачные механики можно адаптировать. Анализ должен содержать выводы для стратегии, а не простое описание чужих аккаунтов.

4.3. Анализ и сегментация целевой аудитории - 20 баллов. Проводится анализ аудитории, которая может быть привлечена и конвертирована через социальные сети. Выделяется несколько основных сегментов. Для каждого сегмента определяются:

- название, возраст, пол и социально-демографические характеристики;
- ключевые факторы принятия решения и запрос клиента на входе;
- отличие от других сегментов, боли и потребности при покупке;
- желания и желаемые ощущения;
- проблемы, которые решает продукт, и новые возможности, которые он дает;
- способы поиска и выбора продукта.

Анализ не должен строиться исключительно на предположениях. При наличии возможности используются данные клиента, аудитории аккаунта, комментариев, личных сообщений, опросов, интервью и других доступных источников.

4.4. Мотивации, ситуации и триггеры аудитории - 20 баллов. Для сегментов определяются ситуации возникновения потребности в продукте, мотивации «от», мотивации «к» и триггеры, способные повлиять на внимание, интерес или решение о покупке. Между сегментом, ситуацией, мотивацией, триггером и предлагаемым контентным решением должна прослеживаться последовательная логическая связь. Для каждого основного сегмента определяется не менее двух значимых триггеров потребностей.

4.5. Каналы развития - 10 баллов. Каналы должны соответствовать целевой аудитории, особенностям продукта, целям продвижения, формату контента и доступным ресурсам проекта. Площадки не включаются только по принципу «бренду нужно быть везде». По каждому основному каналу определяются роль и задача, форматы, примерная частота публикаций, особенности адаптации контента, связь с другими каналами, маршрут пользователя и показатели эффективности. При необходимости предусматриваются альтернативные каналы на случай изменения эффективности или доступности основных площадок.

4.6. Визуальная концепция и аккаунты для вдохновения - 10 баллов. Определяются визуальные референсы, направление оформления ленты, графические или стилистические решения, эмоциональное и визуальное настроение проекта. Подбираются релевантные аккаунты для вдохновения. Обучающийся объясняет, что именно может быть адаптировано для проекта и зачем.

4.7. Рубрикаторы и система контента - 10 баллов. Для видео выбирается сегмент, определяются его ситуации и триггеры, под один триггер предусматривается несколько форматов подачи, приводятся референсы, механики или идеи реализации. Для постов и историй формируется рубрикатор с информационным, развлекательным, продающим и интерактивным контентом. Контентные решения должны быть связаны с анализом аудитории.

4.8. Логика тестирования и дальнейшего развития стратегии - 5 баллов. Предусматриваются выбор приоритетных сегментов, тестирование нескольких форматов на одни и те же триггеры, анализ результатов, повторение эффективных механик, подключение новых сегментов и гипотез и корректировка стратегии на основании данных. Стратегия рассматривается как изменяемая система.

4.9. Максимальный результат - 100 баллов.

5. Порядок выставления зачета

5.1. Результат «зачтено» выставляется при получении от 40 до 100 баллов. Результат «не зачтено» выставляется при получении менее 40 баллов.

5.2. Работа не может быть зачтена независимо от суммы, если отсутствует хотя бы один из ключевых аналитических блоков: анализ конкурентов; анализ и сегментация целевой аудитории; мотивации и триггеры аудитории; система контента и рубрикаторы.

5.3. Основанием для результата «не зачтено» также является формальное заполнение разделов без логической связи между ними.

5.4. В зачетной стратегии прослеживается последовательность: анализ проекта и рынка; целевая аудитория; ситуации, мотивации и триггеры; путь клиента; выбор каналов; визуальная концепция; система контента; тестирование и дальнейшая корректировка стратегии.

5.5. Оформление стратегии в Notion или в формате презентации оценивается с точки зрения структуры, полноты и понятности информации. Художественное оформление само по себе на результат аттестации не влияет.

6. Повторная аттестация и обращение

6.1. При результате «не зачтено» обучающийся получает перечень критериев, требующих доработки, исправляет первоначальную стратегию и повторно представляет ее на проверку. Создание стратегии для другого проекта не требуется, если недостатки исходной работы можно устранить.

6.2. Обучающемуся предоставляется возможность пройти промежуточную аттестацию повторно не более двух раз в сроки, определенные Исполнителем, в пределах одного года с момента образования академической задолженности.

6.3. Первая повторная аттестация проводится в форме повторной проверки доработанной стратегии. Если результат вновь «не зачтено», вторая повторная аттестация проводится комиссией, создаваемой отдельным распорядительным актом Исполнителя.

6.4. За прохождение повторной промежуточной аттестации дополнительная плата не взимается.

6.5. Мотивированное обращение по результату направляется на v2369716@gmail.com и рассматривается в течение 10 рабочих дней.

7. Учет результатов

7.1. Сведения о сдаче домашних заданий и результате промежуточной аттестации фиксируются в электронной информационно-образовательной среде.

7.2. После освоения программы и успешного прохождения промежуточной аттестации обучающемуся выдается сертификат о прохождении курса. Сертификат не является документом об образовании и (или) квалификации государственного образца.

Настоящий локальный акт вступает в силу с даты утверждения и действует до его отмены или утверждения новой редакции.