**Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение**

**«Бардымская гимназия имени Габдуллы Тукая»»**

**Коммуникативно-деятельностная проба в профессии**

**КОНТЕНТ-МЕНЕДЖЕР**

***Авторы: Зимасова Марина Васильевна, учитель математики,***

 ***Курлищук Ханифа Минахатовна, учитель истории и обществознания***

***Коммуникативная задача «Оказание услуги»***

**Профессиональная ситуация**

Планируется запустить в сеть сайт, который оказывает психологическую помощь подросткам онлайн. Для того чтобы максимально успешно выполнить продвижение сайта необходимы услуги контент-менеджера, который должен предложить эффективный контент-план сайта.

**Техническое задание для контент-менеджера сайта:** Вам поступило предложение стать контент-менеджером сайта, который оказывает психологическую помощь подросткам онлайн. При первой встрече с владельцем сайта Вам надо собрать всю необходимую информацию для того, чтобы составить контент-план сайта.

**Техническое задание партнёру – Заказчику сайта:** Вы Заказчик сайта, который оказывает психологическую помощь подросткам онлайн. Ваше представление о сайте следующее (в качестве примера используется сайт «Помощь рядом» <https://pomoschryadom.ru/teens> ): **целевая аудитория – подростки 10-16 лет.**

*(названия страниц приведены для того, чтобы дать более полное представление Заказчику о сайте, их в разговоре называть не надо, главное – донести генеральную идею сайта, отвечая на вопросы участника, который проходит пробу)*

|  |  |
| --- | --- |
| Примерное название страницы | Содержание страницы |
| Нужна помощь | - Ссылки на телефоны доверия- Помощь через Интернет (объясняется, как выйти в чат и получить консультацию онлайн)- адреса помощи (например, психологические центры г. Перми) |
| Полезная информация (информация, которая поможет дать ответы на волнующие подростка вопросы) | - «Ты» касается самого подростка. Здесь советы психолога (в виде актуальных статей, например, «Как перестать бояться того, что подумают о тебе люди»), истории из жизни (истории уже состоявшихся взрослых людей, например, самих психологов; истории знаменитых людей; истории сверстников (пишут все желающие посетители сайта))- «Здоровье» (гигиена, правильное питание и т. п.)- «Семья» (как общаться в семье, домашние питомцы, ссылки на телефоны доверия, если обижают в семье)- «Любовь» (первая любовь, любовь к родным)- «Школа» (конфликт с учителем, обижают в школе)- «Безопасность» (интернет-безопасность, потеря смысла жизни)- «Работа» (профессии, профориентационные тесты) |
| Моя территория (здесь можно приятно и с пользой провести время)  | Игры, музыка, видео (документальные фильмы), полезные ссылки на другие сайты, возможности пройти разные психологические тесты |
| Форум | Возможность обсуждать актуальные темы |

Кроме этого важно, чтобы на главных страницах был виден раздел «Новости» с анонсами новых статей и объявлениями. Отдельно выведены «горячие» (часто запрашиваемые) темы на всех вкладках. Есть возможность поделиться понравившейся статьей в социальных сетях, оставить заявку на консультацию, если специалист на данный момент занят. В статьях должны быть внутренние ссылки. Фон всех страниц темно-зеленый (можно с небольшим рельефным рисунком). Графические объекты в виде детских фотографий, интересных кнопок и других, подходящих по смыслу изображений.

*(здесь можно пойти по двум направлениям: либо дать Заказчику описание сайта, которое приведено выше, либо дать возможности зайти по ссылке на сам сайт, который взят за образ, походить по страницам, чтобы получить представление о сайте)*

**Необходимое оборудование:** если используется второй вариант, то нужен компьютер с выходом в Интернет.

**Критерии оценивания**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Компетенция** | **Показатели оценивания** | **Балл** |
| 1 | Умение проявлять запрос клиента | С помощью вопросов проясняет ожидания клиента | 2 |
| Задает вопросы на прояснение ожиданий клиента, но не доводит до конца | 1 |
| Не проясняет ожиданий | 0 |
| 2 | Умение согласовать сформулированный запрос с клиентом | Согласовывает (в конце разговора резюмирует – поговаривает вслух Заказчику все ключевые моменты, которые он уловил в процессе беседы) | 2 |
| Частично согласовывает (проговаривает не все ключевые моменты) | 1 |
| Не согласовывает (в конце ничего не резюмирует) | 0 |
| 3 | Умение дать рекомендации | Рекомендации с учетом пожеланий клиента (например, предлагает на какой странице какие рубрики можно создать, какие внутренние ссылки организовать и т. п.) | 2 |
| Дает без учета пожеланий клиента | 1 |
| Не дает рекомендаций | 0 |
|  |  | **Максимальный балл – 6 баллов** |  |

***Проба считается пройденной, если набрано 4 балла.***

**Дидактический материал**

**Контент-менеджер** — специалист по созданию, курированию и распространению текстового, графического и других видов контента. Он **наполняет и развивает ресурсы в интернете**, редактирует их, контролирует работу других сотрудников и выполняет базовые маркетинговые задачи. Основная задача **контент-менеджера** - сделать сайт конкурентоспособным, то есть четко улавливать новые тенденции на рынке и привлекать как можно больше клиентов.

**Обязанности контент-менеджера**

Список обязанностей может быть бесконечным — он полностью зависит от площадки работы, уровня знаний специалиста и амбиций компании. **Контент-менеджеры сайтов чаще всего:**

* Занимаются подготовкой контента — составляют **контент-план** сайта, ставят задачи авторам и SEO-специалистам (занимаются оптимизацией сайта под поисковые системы), пишут технические задания, принимают готовую работу и вносят правки, размещают готовые тексты на сайте;
* Редактируют устаревший контент — ставят задачи авторам, прописывают мета-теги, корректируют текст сами или занимаются версткой страниц;
* Размещают ссылки на сайте — внешние, для ссылок на авторитетные ресурсы, и внутренние, для перелинковки;
* Ставят работу «на поток»  — организуют наполнение сайта командой, следят за исполнением требований, контролируют сроки и качество работы сотрудников;
* Помогают с SEO-продвижением: собирают и кластеризуют семантическое ядро, собирают ядро для конкретных статей, оптимизируют страницы;
* Контролируют следование стратегии контент-маркетинга;
* Подготавливают отчеты: следят за трафиком и его источниками, составляют диаграммы, анализируют успехи и неудачи и дают рекомендации по дальнейшему продвижению;
* Работают с фоторедакторами для обработки фото, ищут стоковые иллюстрации, общаются с рекламодателями и выполняют другие задачи.

**Зачем нужен контент-план для сайта?** Можете спросить Вы, ведь проще просто придумывать каждый день новую тему и писать на эту тему статью. Но именно так и создаётся хаос в голове и на сайте (паблике/группе). Составление контент-плана в свою очередь помогает избежать таких проблем, как:

* не знаю о чём писать;
* нерегулярность выхода контента;
* отсутствие целостности;
* не хватка времени на наполнение ресурса.

Кроме того, подобное планирование поможет запомнить все интересные идеи, которые вы бы хотели применить на практике. Для создания эффективного контент-план для сайта надо сделать шесть шагов:

1. **Определяем целевую аудиторию** (обязательно нужно выявить пол, возраст, уровень дохода и другие показатели, которые могут быть актуальны конкретно для вашего сайта. Именно на основе данных о целевой аудитории будут выбираться темы для статей на вашем сайте).
2. **Находим темы интересные целевой аудитории** (интересные тематики для контента можно поискать на ресурсах конкурентов, тематических форумах и площадках, где пользователи задают волнующие их вопросы).
3. **Разбиваем темы на рубрики** (любой материал необходимо классифицировать на определенные структурные подразделы. Это поможет читателям быстрее находить нужную информацию на сайте)
4. **Составляем календарь публикаций** (размещать статьи на ресурсе необходимо в определенное время – важно понять, когда именно аудитория готова читать их. Кроме того, необходимо правильно распределить контент по дням недели – не нужно заполнять интернет ресурс раз в 10 дней огромным количеством информации – вряд ли кто-то будет читать сайт, который обновляется редко и спонтанно. Например, Вы определились с темами и разбили их на рубрики, теперь нужно просто распределить их по сетке календаря)
5. **Красиво оформляем** (обязательно включайте в содержание статей видео, инфографику, фотографии, принтскрины и прочее. Кроме того, не стоит пренебрегать внутренними ссылками на ресурсе – так пользователям будет удобнее работать на сайте, а значит, и посещаемость вашего ресурса будет выше)
6. **Действуем!**