

**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	<ul style="list-style-type: none">- 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)	<ul style="list-style-type: none">- «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
		Задаёт 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-плана 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!**