

Введение

Предлагаемое учебное пособие представляет собой сборник кейсов, разработанных в Уфимском государственном нефтяном техническом университете в 2021–2022 годах. В рамках решения кейсов у обучающихся развиваются и закрепляются цифровые компетенции и навыки: базовые навыки информационно-коммуникативных технологий, умение использовать офисные приложения Microsoft Office, навыки использования облачных сервисов для создания, просмотра, поиска, фильтрации, организации, хранения, извлечения и анализа данных, в том числе с помощью сервисов Genially, Kahoot, информации и цифрового контента; владения навыками анализа данных в программе Statistica, обработки информации и данных на основе использования ИКТ, подготовки отчетов в цифровом формате в системе 1С-предприятие 8.0, создания собственной рекламной продукции, айдентики и программ продвижения. Своевременное реагирование образовательных организаций на запросы рынка труда с одной стороны, и поддержка индустрии в части прикладной подготовки квалифицированных кадров с другой стороны, в том числе с обучением на базе работодателей востребованным в той или иной отрасли информационным технологиям и системам приведет к достижению целей цифровой экономики. Представленные в сборнике кейсы — это не только учебно-методические материалы, но и задел для дальнейшей цифровой трансформации всей системы профессионального образования. Кроме того, все кейсы являются прикладными и рекомендуются к внедрению.

Кейс от образовательной организации ЧПОУ «Башкирский экономико-юридический колледж»



О ЧПОУ «Башкирский экономико-юридический колледж».

Частное профессиональное образовательное учреждение «Башкирский экономико-юридического колледжа» (БЭК) был образован в 1995 году. Учредителем колледжа является частный ВУЗ: Восточная экономико-юридическая гуманитарная академия.

БЭК имеет пять корпусов на территории Уфы в различных районах города. Также у колледжа есть филиалы и представительства в Республике Башкортостан и за ее пределами, находящимися в следующих городах: Белорецк, Нефтекамск, Стерлитамак, Оренбург.

Башкирский экономико-юридический колледж частный, но имеет государственную аккредитацию с 2000 года, что дает колледжу право выдавать государственные дипломы.

БЭК осуществляет подготовку специалистов среднего звена по следующим специальностям:

- 09.02.03 Программирование в компьютерных системах;
- 21.02.05 Земельно-имущественные отношения;
- 38.02.06 Финансы;
- 38.02.07 Банковское дело;
- 40.02.01 Право и организация социального обеспечения;
- 40.02.02 Правоохранительная деятельность;
- 42.02.01 Реклама;
- 43.02.10 Туризм;
- 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Проблематика.

БЭК имеет:

- официальный сайт <http://www.bek-ufa.ru/>
- страницу во ВКонтакте https://vk.com/bek_ufa

На сегодняшний день социальные сети и официальный сайт колледжа не имеют единой концепции оформления и системы ведения, публикации постов, нет их адаптации к каждой из платформ, а планирование аккаунтов практически не связано с информацией о грядущей приемной кампании.

Цель:

Разработать контент-стратегию ведения официального сайта БЭК, аккаунта в социальной сети (предложить) и страницы во ВКонтакте на период проведения приемной кампании колледжа в 2021 году.

Задачи:

1. Проанализировать официальный сайт БЭК, его страницу во ВКонтакте.

2. На основе анализа и фирменного стиля колледжа предложить концепт визуального оформления аккаунтов.

3. Разработать контент-стратегию аккаунтов в социальных сетях, связанную с сайтом (вкладки «Абитуриенту» и «Родителям» и др.).

4. Предложить контент-план на июнь-ноябрь 2021 г., учитывая «сезонность» приемной кампании, поведение абитуриентов и их родителей, наличие специальностей.

5. Наполнить предложенный контент-план визуальным и текстовым содержанием на летние месяцы (июнь-июль) — период активного приема документов для поступления и принятия окончательного решения о месте дальнейшего обучения.

6. Предложить варианты наполнения вкладок сайта «Новости» и «Абитуриенту», «Родителям», исходя из контент-плана и разработанного на летние месяцы содержания аккаунта в сетях (предложить варианты вместо ВКонтакте).

7. Предложить альтернативные варианты продвижения колледжа в онлайн- и офлайн-форматах.

Целевая аудитория:

– жители Республики Башкортостан и других регионов России;

– абитуриенты 15–40 лет;

– родители абитуриентов.

Предлагаемый бюджет для реализации кампании и проекта:

До 10 000руб./мес. для п. 7 задач кейса.

Предлагаемые критерии оценки эффективности разработанной кампании:

1. Решены все задачи в рамках кейса.
2. При оценке будет использована 10-балльная система по направлениям:

2.1. Качество и полнота анализа аккаунта.

2.2. Полнота и актуальность предложенного визуального оформления сайта и социальных сетей, наличие единого читаемого стиля.

2.3. Реалистичность контент-стратегии.

2.4. Актуальность и выполнимость предложенного контент-плана, использование в предложении по реализации стратегии современных инструментов планирования и реализации контент-стратегии (планировщики, программы для создания креативов и др.).

2.5. Качество текстового наполнения. Применение современных техник написания текстов для аккаунта в сетях, страницы во ВКонтакте и официального сайта БЭК, грамотность построения текстов (орфографическая и синтаксическая).

2.6. Реалистичность и прогнозируемая эффективность предложенных для продвижения мероприятий.

Предлагаемые форматы для исполнения проекта:

- Общая презентация в PowerPoint.
- Текстовые документы (Microsoft Word).
- Скриншоты используемых программ, другие файлы в электронном формате (.gif, .jpg и т. д.).

Сроки предполагаемой реализации:

Июнь-ноябрь 2022 г. — период приема.

Сроки представления проекта:

Презентация проекта — май 2022 г.

Контакты:

Попкова Ирина Анатольевна, инспектор отделения БЭК.
+7-960-381-66-71, popkova-irisha@list.ru

Дополнения (на усмотрение организаторов олимпиады):

Предложенные командой решения будут оцениваться специалистами Отдела организации приема колледжа. В случае высокой (10 баллов) общей оценки предлагаемых решений предложенная контент-стратегия будет реализована на реальных аккаунтах, страницах.

Кейс от оптово-розничной компании H2O Company

H2O

КОФЕ | ЧАЙ | ОБОРУДОВАНИЕ

Немного о компании:

«Даем 99,9 %, что Вы уже пробовали нашу продукцию в заведениях города».

H2O Company — крупная оптово-розничная сеть по производству и поставке кофе, чая, аксессуаров и оборудования. Компания работает в сегменте Ногеса и входит в ресторанный группу Trend¹. В Уфе находится собственный цех обжарки кофе и магазин-кофейня.

H2O Company предлагает такие услуги:

- поставка кофе и чая для дома и для заведений;
- аренда и продажа кофемашин;
- комплексное обслуживание оборудования;
- обучение персонала;
- организация выездных мероприятий;
- создание корпоративных подарков.

Для оптовых клиентов осуществляется подбор оборудования, разработка чайной и кофейной карты, поставка всей барной безалкогольной продукции (кофе, чай, минеральная вода, сиропы, одноразовая посуда, сахар, аксессуары, посуда для ресторана).

Компания ставит перед собой цель — стать крупнейшим поставщиком в нашей стране. Для реализации данной цели необходимо создать привлекательный имидж компании и разработать программу эффективного продвижения.

Проблематика:

«H2O Company» имеет разработанный фирменный стиль, сайт (интернет-магазин)², страницы на поисковых сервисах и в других социальных сетях. На официальных страницах узко

¹ <http://trendufa.ru/>

² <https://h2ocompany.ru/>

транслируется деятельность компании, либо как только оптового поставщика, либо розничного магазина. В аккаунте в предлагаемых вместо ВКонтакте сетях важно показать многогранность компании, уйти от коммерческой страницы и создать community в сети.

Цель:

Разработать контент-стратегию ведения аккаунта «H2O Company» в социальных сетях (предложить варианты).

Задачи:

1. Проанализировать аккаунт компании во ВКонтакте.
2. На основе анализа и фирменного стиля компании предложить концепт визуального оформления аккаунта.
3. Разработать контент-стратегию аккаунта, делая акцент на развитии комьюнити.
4. Предложить контент-план на май-июль 2021 г., учитывая сезонность, поведение потребителей, ассортимент компании.
5. Наполнить предложенный контент-план визуальным и текстовым содержанием на первый месяц (май).
6. Предложить варианты продвижения аккаунта в интернете.

Портрет целевой аудитории:

Территориально: Респ. Башкортостан, г. Москва, г. Уфа.

Средний возраст: 20–55 лет.

Характеристика: осознанные люди, стремятся улучшить качество своей жизни, могут позволить себе качественный кофе, покупают брендовые вещи, пользуются качественной бытовой техникой, читают бизнес-страницы, увлекаются психологией, творческие люди, ориентированы на здоровый образ жизни, ценят качественный отдых, трепетно относятся ко времени, ценят общение и хороший сервис.

Сфера деятельности: спортсмены, фрилансеры (блогеры), врачи, жены бизнесменов, работники ресторанной сферы, офисные работники, бармены, владельцы заведений.

Предлагаемый бюджет для реализации кампании проекта:

До 15 000 руб./мес. для п. 6 задач кейса.

Предлагаемые критерии оценки эффективности разработанной кампании:

1. Решены все задачи в рамках кейса.

2. При оценке будет использована 10-балльная система по направлениям:

2.1. Качество и полнота анализа аккаунта.

2.2. Полнота и актуальность предложенного визуального оформления аккаунта, наличие единого читаемого стиля.

2.3. Реалистичность контент-стратегии.

2.4. Актуальность и выполнимость предложенного контент-плана, использование в предложении по реализации стратегии современных инструментов планирования и реализации контент-стратегии во ВКонтакте (планировщики, программы для создания креативов, др.).

2.5. Качество текстового наполнения. Применение современных техник написания текстов (модель АИДА и др.) для аккаунта и страниц сайта, грамотность построения текстов (орфографическая и синтаксическая).

2.6. Реалистичность и прогнозируемая эффективность предложенных для продвижения мероприятий.

Предлагаемые форматы для исполнения проекта:

– Общая презентация в PowerPoint.

– Текстовые документы (Microsoft Word, Excel).

– Скриншоты используемых программ.

– Другие файлы в электронном формате (.gif, .jpg и т. д.) с разрешением не менее 300 dpi.

Сроки предполагаемой реализации:

Июнь-август 2022 г.

Сроки представления проекта:

Презентация проекта — апрель 2022 г.

Контакты:

Тухбатуллина Рената Азатовна — менеджер по работе с маркетплейсами «H2O Company» — ООО СТС.

+7-917-770-73-32, mp1@h2ocompany.ru

Нормативная база:

С информацией об организации и товарах можно ознакомиться — <https://h2ocompany.ru/> и в презентации компании

Полезные материалы.

Логотип компании:



КОФЕ | ЧАЙ | ОБОРУДОВАНИЕ

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru