

Частное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Учебный центр «Псков»



УТВЕРЖДАЮ:
Директор УЦ «Псков»
Н.А.Иванов
«31» августа 2022 г.

Программа профессионального обучения –
профессиональной подготовки (переподготовки):
**«Оператор электронно-вычислительных и вычислительных машин
(с изучением SMM (продвижение в социальных сетях))»**

Квалификация: 3 разряд

Код профессии: 16199

Утверждено на заседании методической
комиссии отделения «Школа бизнеса»
Протокол № 1 от «31» августа 2022 г.
Председатель И.В. Фергус

г. Псков

Содержание

1. Пояснительная записка.....	3
1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы.....	3
1.2. Требования к слушателям.....	4
1.3. Форма и продолжительность обучения.....	4
2. Планируемые результаты обучения.....	5
3. Учебный план.....	8
4. Тематический план теоретического и практического обучения.....	9
4.1. Тематический план и программа дисциплины «Организация труда при работе на ПК.».....	9
4.2. Тематический план и программа дисциплины «Устройство ПК. Периферийное оборудование».....	9
4.3. Тематический план и программа дисциплины «Технологии работы с офисными программами».....	10
4.4. Тематический план и программа дисциплины «Сетевые технологии».....	11
4.5. Тематический план и программа дисциплины «Создание аккаунта, группы или сообщества».....	12
4.6. Тематический план и программа дисциплины «Визуальное оформление».	13
4.7. Тематический план и программа дисциплины «Наполнение группы контентом».....	13
4.8. Тематический план и программа дисциплины «Набор аудитории: платные и бесплатные способы продвижения».....	14
4.9. Тематический план и программа дисциплины «Контент-стратегии».....	15
4.10. Тематический план и программа дисциплины «Оценка результатов продвижения».....	15
5. Тематический план и программа производственной практики.....	17
6. Список использованной литературы.....	20
7. Квалификационный экзамен.....	22
7.1. Экзаменационные билеты для проверки теоретических знаний	22
7.2. Задания для практической части экзамена.....	28

1. Пояснительная записка

1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы

Программа профессионального обучения – профессиональной подготовки (переподготовки), по профессии «Оператор электронно-вычислительных и вычислительных машин (с изучением SMM (продвижение в социальных сетях))» разработана на основе:

- Федеральный Закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 июля 2013 г. № 513 «Об утверждении перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение» (в ред. Приказов Минобрнауки России от 16.12.2013 г. № 1348, от 28.03.2014 г. № 244, от 27.06.2014 г. № 695, от 03.02.2017 г. № 106, в ред. Приказа Минпросвещения России от 12.11.2018 г. № 201, от 01.06.2021 г. № 290
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.04.2013 г. № 292 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения» (в ред. Приказов Минобрнауки России от 21.08.2013 г. № 977, от 20.01.2015 г. № 17, от 26.05.2015 г. № 524, от 27.10.2015 г. № 1224);
- Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утверждены Министром образования и науки Российской Федерации 22.01.2015 г. № ДЛ-1/05вн);
- Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих (ЕТКС)

Цель обучения - приобретение и развитие у обучающихся знаний, умений, профессиональных навыков и формирование общих и

профессиональных компетенций, необходимых для выполнения трудовых функций (трудовой деятельности) по профессии «Оператор электронно-вычислительных и вычислительных машин» 3-го разряда (с изучением SMM (продвижение в социальных сетях)) (код профессии: 16199).

1.2. Требования к слушателям

На обучение принимаются лица не моложе 18 лет, имеющие образование не ниже основного общего для профессиональной подготовки и наличие профессионального образования (обучения) для переподготовки.

1.3 Форма и продолжительность обучения

Продолжительность обучения определяется учебным планом и составляет 250 часов/ 40 дней/ 8 недель/ 2 месяца. Форма обучения - очная, очно-заочная, с отрывом и без отрыва от производства с использованием современных и дистанционных технологий.

Обучение слушателей завершается итоговой аттестацией в форме квалификационного экзамена. Квалификационный экзамен включает в себя практическую работу и проверку теоретических знаний.

Лицам, освоившим образовательную программу в полном объеме и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается документ о квалификации – свидетельство о профессиональном обучении.

2. Планируемые результаты обучения

Выпускник по результатам обучения должен овладеть необходимыми умениями и обладать необходимыми знаниями согласно квалификационной характеристике «Оператор электронно-вычислительных и вычислительных машин 3 разряда (с изучением SMM (продвижение в социальных сетях)). (код профессии:16199).

Оператор электронно-вычислительных машин **должен знать:**

- технико-эксплуатационные характеристики вычислительных машин;
- правила технической эксплуатации ЭВМ
- требования по технике безопасности при работе с ПК;
- наиболее распространенное программное обеспечение ПК;
- правила работы и программное обеспечение для работы в сети;
- принципы построения локальных и глобальных вычислительных сетей

(в том числе Internet);

- устройство персонального компьютера;
- основные функции операционной системы Microsoft Windows;
- инструменты программ обработки текстовой и числовой информации и программ создания интерактивных презентаций (MS Word, MS Excel, MS Power Point);

- принципы функционирования современных социальных медиа
- состав и особенности аудитории различных социальных медиа
- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа

- основы управления репутацией бренда, личности, организации
- основы копирайтинга. Методы обработки текстовой информации
- основы деловой коммуникации
- основы контекстно-медийной рекламы
- методы обработки графической информации

Оператор электронно-вычислительных машин **должен уметь:**

- выполнять обработку информации на электронно-вычислительных машинах;
- осуществлять ввод и вывод информации с носителей информации и каналов связи;
- выполнять ввод информации и ее вывод на печатающее устройство;
- вести процесс обработки информации на ПК;
- выполнять обработку информации и оформлять результаты выполненных работ;
- вводить текстовую информацию в беглом режиме;
- работать в локальных и глобальных вычислительных сетях (в том числе Internet);
- работать в графической системе Microsoft Windows;
- управлять созданием и обменом письмами электронной почты;
- осуществлять навигацию по веб-ресурсам сети «Интернет» с помощью программы веб-браузера;
- осуществлять поиск, сортировку и анализ информации с помощью поисковых интернет-сайтов.
- применять текстовые редакторы для создания и обработки текста. ;
- создавать и управлять электронными презентациями;
- определять социальные медиа для продвижения товаров, услуг, бренда;
- регистрировать и оформлять сообщества в социальных медиа;
- составлять тексты информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
- анализировать поведение пользователей и конкурентов в социальных медиа;
- размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа
- реагировать на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа;

- обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ;
- использовать профессиональные инструменты для проверки текстов;
- разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- составлять планы проведения конкурсов, опросов и реализовывать их;
- составлять отчет о результатах продвижения в социальных медиа.

3. Учебный план



Н. А. Иванов
2022 г.

**Учебный план
по программе профессионального обучения –
подготовки (переподготовки) по профессии**

**Оператор электронно-вычислительных и вычислительных машин
(с изучением SMM (продвижение в социальных сетях))**

Код: 16199 «Оператор электронно-вычислительных и вычислительных машин»

Продолжительность обучения 250 час./ 2 мес./ 8 нед. /40 дней

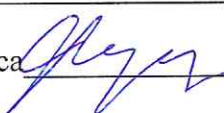
Учебная нагрузка в неделю 30 час.

Квалификация, разряд: 3 разряд

Документ об окончании обучения: свидетельство о профессиональном обучении

Форма обучения: очная

№ п/п	Курсы, предметы	Всего часов	В том числе практические занятия	Месяц	
				1	2
				Количество часов	
1.	Организация труда при работе на ПК.	10	9	10	
2.	Устройство ПК. Периферийное оборудование.	18	17	18	
3.	Технологии работы с офисными программами	20	19	20	
4.	Сетевые технологии.	22	21	22	
5.	Создание аккаунта, группы или сообщества	15	14	15	
6.	Визуальное оформление	15	14	15	
7.	Наполнение группы контентом	16	14	16	
8.	Набор аудитории: платные и бесплатные способы продвижения	22	19	9	13
9.	Контент-стратегии	22	19		22
10.	Оценка результатов продвижения	14	12		14
	Итого:	174	158	125	49
11.	Производственная практика	74			74
12.	Итоговая аттестация	2			2
	Всего:	250		125	125

Заведующая Школой бизнеса  И.В. Фергус

Рассмотрено на заседании методической комиссии отделения «Школа бизнеса»
протокол № 1 от 31 января 2022 г.

Календарный график программы

Календарный месяц, в котором проводится обучение по Программе	Даты начала и окончания обучения по Программе	День освоения Программы	Дисциплины Программы и количество часов
(Наименование Месяца)	Теоретические	1 день	Д1 (6 час.)
	и практические (даты проведения)	2 день	Д1 (4 час.) Д2 (2 час.)
		3 день	Д2 (6 час.)
		4 день	Д2 (6 час.)
		5 день	Д2 (4 час.) Д3 (2 час.)
		6 день	Д3 (6 час.)
		7 день	Д3 (6 час.)
		8 день	Д3 (6 час.)
		9 день	Д4 (6 час.)
		10 день	Д4 (6 час.)
		11 день	Д4 (6 час.)
		12 день	Д4 (4 час.) Д5 (2 час.)
		13 день	Д5 (6 час.)
		14 день	Д5 (6 час.)
		15 день	Д5 (1 час.) Д6 (5 час.)
		16 день	Д6 (6 час.)
		17 день	Д6 (4 час.) Д7 (2 час.)
		18 день	Д7 (6 час.)
		19 день	Д7 (6 час.)
		20 день	Д7 (2 час.) Д8 (4 час.)
		21 день	Д8 (6 час.)
		22 день	Д8 (6 час.)
		23 день	Д8 (6 час.)
		24 день	Д9 (6 час.)
		25 день	Д9 (6 час.)
		26 день	Д9 (6 час.)
		27 день	Д9 (4 час.) Д10 (2 час.)
		28 день	Д10 (6 час.)
		29 день	Д10 (6 час.)
		30 день	Д11 (8 час.)
		31 день	Д11 (8 час.)
		32 день	Д11 (8 час.)
		33 день	Д11 (8 час.)
		34 день	Д11 (8 час.)
		35 день	Д11 (8 час.)
		36 день	Д11 (8 час.)
		37 день	Д11 (8 час.)
		38 день	Д11 (8 час.)
		39 день	Д11 (8 час.)
	Итоговая аттестация (дата проведения)	40 день	Итоговая аттестация (2 ч.)

Используемые сокращения наименований дисциплин программы:

- Дисциплина 1 (Д1) – Организация труда при работе на ПК;
 Дисциплина 2 (Д2) – Устройство ПК. Периферийное оборудование;
 Дисциплина 3 (Д3) – Технологии работы с офисными программами;

Дисциплина 4 (Д4) – Сетевые технологии;
Дисциплина 5 (Д5) – Создание аккаунта, группы или сообщества;
Дисциплина 6 (Д6) – Визуальное оформление;
Дисциплина 7 (Д7) - Наполнение группы контентом;
Дисциплина 8 (Д8) – Набор аудитории: платные и бесплатные способы продвижения;
Дисциплина 9 (Д9) – Контент-стратегии;
Дисциплина 10 (Д10) – Оценка результатов продвижения;
Дисциплина 11(Д11) – Практическое обучение

4. Тематический план теоретического и практического обучения

4.1. Тематический план и программа дисциплины «Организация труда при работе на ПК.»

№	Название темы	Количество часов
1	Нормативные документы по охране труда при работе на ПК. Организация рабочего места оператора ЭВМ. Нормирование рабочего времени.	10
	Итого	10

Тема 1. Нормативные документы по охране труда при работе на ПК. Организация рабочего места оператора ЭВМ. Нормирование рабочего времени.

Трудовой кодекс. Основы законодательства по охране труда. Основные понятия: охрана труда, условия труда. Правила техники безопасности: общие, перед началом работы на ПК, во время и по окончании работы. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические нормативы. Организация рабочего места. Режим работы и занятий. Требования к освещенности и оборудованию. Требования к содержанию рабочего места. Санитарные нормы времени. Защита от вредного воздействия компьютера на состояние психики человека и его физическое состояние, меры профилактики. Электробезопасность: действие электрического тока на организм человека и виды поражения электрическим током факторы, влияющие на исход поражения; мероприятия по защите от поражения электрическим током. Пожарная безопасность: понятие о пожаре, горении; основные причины возникновения пожаров, противопожарные мероприятия, правила поведения при пожарах. Эргономика: рабочее место, офисная мебель, требования к рабочему месту при работе сидя.

4.2. Тематический план и программа дисциплины «Устройство ПК. Периферийное оборудование».

№	Название темы	Количество часов
1	Структура ПК: понятия, схемы, взаимодействие основных устройств. Виды и назначение периферийных устройств.	9
2	Виды и назначение периферийных устройств.	9
	Итого	18

Тема 1. Структура ПК: понятия, схемы, взаимодействие основных устройств.

Основные понятия и терминологии. Устройство ПК. Технические характеристики компьютера. Общий вид ПК. Блок-схема и общая схема ПК. Системный блок. Блок питания. Модули оперативной памяти (ОЗУ), принцип работы. Устройства хранения информации. Включение и выключение компьютера. Устройства ввода информации. (клавиатура, мышь) разновидности, типы, функции, устройство, принцип работы, способы управления, правила эксплуатации. Клавиатура: основные методы и приемы работы. Функции, основные блоки клавиш, варианты клавиатурные комбинации. Устройства вывода информации: (мониторы, диски) виды, классы, назначение, принцип действия, эксплуатация. Носители информации, их разновидности и назначение. Рабочий стол и его структура. Стандартные папки рабочего стола. Главное меню. Запуск программ. Работа с окнами.

Тема 2. Виды и назначение периферийных устройств.

Периферийные устройства: принтер, сканер. Принципы установки и настройки драйверов периферийного оборудования. Сканеры, web-камеры, цифровые видеокамеры, цифровые фотоаппараты, ввод цифровых изображений в компьютер. Принтеры, плоттеры и факсы, вывод информации на печать. Дополнительные устройства вывода информации: плазменные панели и проекторы, их основные характеристики.

4.3. Тематический план и программа дисциплины «Технологии работы с офисными программами».

№	Название темы	Количество часов
1	Текстовый процессор MS Word	7
2	Табличный процессор MS Excel	7
3	Мастер презентаций Power Point	6
	Итого	20

Тема 1. Текстовый процессор MS Word.

Программа-оболочка Windows, ее назначение. Основные элементы системы. Файловая структура информации в ПК. Создание и редактирование текстового документа. Приемы и средства автоматизации разработки документа. Табличное представление информации в документе. Создание графических объектов в MS Word. Создание интегрированного документа.

Тема 2. Табличный процессор MS Excel.

Состав, назначение, структура программы. Создание структуры электронной таблицы. Ввод данных и формул в ячейки таблицы. Графическое представление и редактирование данных. Сортировка, поиск и отбор данных в электронных таблицах. Сводные таблицы и диаграммы.

Тема 3. Мастер презентаций Power Point.

Назначение, функции и режимы работы программы. Структура среды Power Point, меню команд, панели инструментов. Способы создания презентаций. Создание макета слайдов. Шаблон оформления. Цветовая схема. Анимация слайдов. Смена слайдов. Элементы управления.

4.4. Тематический план и программа дисциплины «Сетевые технологии».

№	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Локальные вычислительные сети.	11
2.	Тема 2. Глобальные вычислительные сети.	11
	Итого	22

Тема 1. Локальные вычислительные сети.

Понятие, виды, принципы построения локальных сетей. Взаимодействие компьютеров в локальных сетях. Классификация вычислительных сетей. Сетевые операционные системы. Техническая поддержка локальной сети. Поиск компьютеров в сети и сетевых ресурсов. Передача информации в

локальной сети. Доступ к сетевым ресурсам.

Тема 2. Глобальные вычислительные сети.

Определение Интернет. Историческая справка. Информационные службы сети. Принципы работы и организации Internet. Глобальные вычислительные сети. Формы взаимодействия с ресурсами глобальной информационной среды. Методы поиска информации в сети Интернет. Способы подключения к Internet, провайдеры Internet. Гиперссылки, URL, доменные. Обзор служб Internet: www, ftp, E-mail. Работа с электронной почтой, передача и обмен данными по электронной почте. Облачные технологии.

4.5. Тематический план и программа дисциплины «Создание аккаунта, группы или сообщества».

№	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Введение в SMM	7
2	Тема 2. Начало работы в социальных сетях	8
	Итого	15

Тема 1. Введение в SMM.

Понятие социальных медиа. Кто такой SMM-специалист. Суть его работы. Как начать работу в социальных медиа. Основные социальные сети и их классификация. Особенности социальных сетей как медиапродукта. История создания крупнейших социальных сетей. Крупнейшие социальные сети в России, за рубежом. Крупные игроки рынка социальных медиа.

Тема 2. Начало работы в социальных сетях.

Как выбрать социальную сеть. Особенности социальных сетей Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram и др., для реализации современных SMM-технологий. Особенности реализации SMM-технологий в блогосфере. Создание целей и позиционирования. Для каких целей компания может использовать SMM. Что такое позиционирование бренда и как применять его для продвижения.

Начало работы с сообществом Вконтакте. Виды сообществ. Настройка сообщества. Приложения и виджеты. Форматы публикаций. Статистика. Полезные программы и ссылки.

Начало работы с Instagram. Создание аккаунта. Безопасность в Instagram. Аватар, Логин, Имя. Описание аккаунта. Stories. Бизнес-аккаунт. Форматы публикаций в Instagram. Обзор IGTV.

Начало работы с сообществом Facebook. Виды сообществ. Настройка сообщества. Статистика.

Начало работы с сообществом Одноклассники. Виды сообществ. Настройка сообщества. Статистика.

Начало работы с сообществом Телеграм.

4.6. Тематический план и программа дисциплины «Визуальное оформление».

№	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Визуальное оформление	15
	Итого	15

Оформление аккаунта с учётом особенностей выбранной социальной сети. Брендинг. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля. Метод аватаров. Формат и концепция. Единая концепция оформления. Оформление постов. Оформление stories. Анимация. Где искать качественные изображения. Приложения для работы с фото и видео материалами. Разработка визуального стиля. Визуализируем: подбираем фото и видео к постам.

4.7. Тематический план и программа дисциплины «Наполнение группы контентом»

№	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Наполнение группы контентом	16
	Итого	16

Понятие, основные типы контента. Развлекательный контент, образовательный контент, репутационный контент, коммуникационный контент, продающий контент и их особенности. Наполнение аккаунта, сообщества текстовым, фото- и видео контентом. Основы копирайтинга. СММ-копирайтинг: особенности написания продающих и информирующих текстов в социальных сетях. Приемы для создания заголовков. Редактирование и верстка текста. Особенности подбора и размещения фото и видео. Качественный и вовлекающий контент. Использование хэштегов в публикации. Вирусный контент в социальных сетях. Знакомство с мессенджер-маркетингом. Подготовка к внедрению рассылки и чатбота.

4.8. Тематический план и программа дисциплины «Набор аудитории: платные и бесплатные способы продвижения»

№	Название темы	Количество часов
1.	Тема 1. Целевая аудитория	12
2.	Тема 2. Способы продвижения	10
	Итого	22

Тема 1. Целевая аудитория.

Определение целевой аудитории. Особенности аудитории различных социальных медиа. Восприятие контента аудиторией. Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории. Критерии поиска аудитории. Анализ потребностей. Все о клиенте. Портрет клиента. Анализ аудитории и конкурентов. Работа с клиентами. Работа с отзывами негативными, позитивными.

Тема 2. Способы продвижения.

Инструменты продвижения. Принципы планирования рекламных кампаний в интернете. Платное и бесплатное продвижение. Эффективные методы продвижения. Создание и форматы продвижения в популярных социальных сетях. Запуск, тестирование и оптимизация рекламных кампаний. Подготовка к настройке рекламы. Таргетированная реклама. Отличия контекстной и

таргетированной рекламы. Виды таргетированной рекламы. Понятие UTM меток. Разметка объявлений. Загрузка аудиторий. Ретаргетинг. Создание объявлений. Механика показа объявлений. Охваты. Работа с отчетами. Конкурсное продвижение: Задачи конкурсов, выбор приза для конкурса, оформление конкурса. Выбор дополнительных инструментов продвижения.

4.9. Тематический план и программа дисциплины «Контент-стратегии»

№	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Контент-стратегии	22
	Итого	22

Контент-стратегия в социальных сетях. Основные этапы создания стратегии. Факторы выбора стратегии. Способы внедрения контент-стратегии. Инструменты планирования. Стратегии в отдельных популярных социальных медиа. Разработка контентной стратегии бренда. Рубрики и их виды. Определение контентной сетки. Грамотное распределение контента. Планирование времени постов. Составление календарного плана проведения мероприятий в социальных медиа. Оценка результативности.

4.10. Тематический план и программа дисциплины «Оценка результатов продвижения»

№	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Оценка результатов продвижения	14
	Итого	14

Ключевые метрики в SMM. Типовые возможности статистических систем. Стандартные сведения и отчеты систем веб-статистики. Мониторинг поисковой привлекательности. Использование программ для сбора аналитических данных о поведении интернет-пользователей для отслеживания эффективности реализации SMM-программ. Принципы ручного мониторинга мнений в социальных сетях. Базовые принципы автоматического мониторинга пользовательских мнений в социальных сетях. Методы отслеживания

Интернет-траффика в социальные группы и принципы определения его качества. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях.

5. Тематический план и программа производственной практики

Тематический план

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Вводное занятие	
2	Инструктаж по охране труда и технике безопасности	
3	Работа с офисными программами	7
4	Работа в сети Интернет	7
5	Создание аккаунта. Визуализация	21
6	Работа с контентом. Аудитория	23
7	Результаты продвижения	16
	Итого	74

Тема 1. Вводное занятие.

Ознакомление с характеристикой и программой обучения. Роль производственного обучения в подготовке рабочих, служащих. Общие сведения о предприятии, характере профессии и выполняемых работах. Ознакомление с режимом работы, организацией труда, правилами внутреннего распорядка.

Тема 2. Инструктаж по охране труда и технике безопасности.

Организация службы охраны труда на предприятии. Типовая инструкция по охране труда. Инструктаж по охране труда. Правила охраны труда и техника безопасности, меры пожарной безопасности.

Тема 3. Работа с офисными программами.

Навыки работы с документами в текстовом редакторе MS WORD. Установка полей, абзацных отступов, шрифта. Ввод несложного текста и выделение фрагментов документа. Оформление (форматирование) текста. Сохранение документа. Форматы сохранения. Открытие документа. Выбор и установка оптимальных шрифтов документа. Видоизменение шрифтов. Вставка специальных символов, даты и времени. Границы (обрамление) абзацев, фрагментов, страниц. Заливка фрагментов, страниц. Подложка. Колонтитулы. Нумерация страниц). Работа с электронными таблицами Excel (листы книги Microsoft Excel. Вставка. Перемещение. Удаление. Структура листа. Размеры

ячеек листа. Ввод данных. Редактирование. Очистка содержимого и форматов. Создание формул. Копирование формул. Оформление ячеек: формат числа, границы, заливка, выравнивание данных в ячейке. Построение диаграмм.

Тема 4. Работа в сети Интернет.

Работать в сети Интернет. Перемещение по гиперссылкам. Открытие ссылки в новом окне. Запоминание интересных страниц. Избранное и Журнал. Сохранение информации из Интернета на компьютере. Поиск в Интернет (на например в Yandex). Электронная почта. Создание бесплатного почтового ящика, отправление и получение писем).

Тема 5. Создание аккаунта. Визуализация.

Создание аккаунта личного бренда в одной из соц. сетей. Составление краткой характеристики личного бренда. Оформление аккаунта с учётом особенностей выбранной социальной сети и выбранного бренда. Установка необходимых настроек аккаунта. Продумывание визуального ряда. Создание обложки для сообщества.

Тема 6. Работа с контентом. Аудитория.

Написание не менее 2 идей для каждого вида контента, написание инфоповода. Составление контент плана на неделю: с учётом адаптации под формат конкретных социальных медиа; с учётом тенденций, трендов, «хайпа» в обществе; с учётом достижения максимальных охватов, вовлечения, конверсии. Написание поста не менее 1000 символов, создание заголовка к посту. Подготовка хэштегов для публикаций. Установка меток. Подбор фото и видео материалов для оформления постов и историй. Разработка сценария видео. Разработка идеи конкурса/акции/викторины. Написание поста с конкурсом. Варианты призов для конкурса, определение механики конкурса. Создание контент-стратегии. Проанализировать сообщества, в которых можно было бы разместить рекламу. Размещение контента в тематических группах/каналах/сообществах, в случае если контент подходит под формат

группы/канала/сообщества и не требует дополнительных оплат владельцам данных групп.

Анализ своего бренда. Анализ целевой аудитории. Составление портрета потребителя. Анализ собственного рекламного профиля. Анализ рекламной активности конкурентов. Определение инструментов продвижения. Предложение не менее 3 бесплатных способа продвижения. Создание рекламной кампании. Настройка таргетинга, демографии, интересов исходя из брифа компании. Подготовка и проработка рекламных объявлений - текста, картинки исходя из брифа компании. Настройка ставок и оптимизация бюджетов исходя из целей рекламной кампании. Подготовка отчетности по рекламной кампании.

Тема 7. Результаты продвижения

Написание отчета о результатах продвижения с подробным изложением проделанной работы. Отчет по каждой публикации/видео/фотоотчету/обложки количества: реакций, комментариев (общее количество, негативные, положительные, нейтральные), репостов, охватов, кликов по ссылке, CTR/CPM/CPA, % вовлечения по каждой публикации/видео/обложки по формуле $(\text{РЕАКЦИИ} + \text{КОММЕНТАРИИ} + \text{РЕПОСТЫ} + \text{КЛИКИ ПО ССЫЛКЕ}) * 100 / \text{ОБЩИЙ ОХВАТ}$. Отчёт по приросту/оттоку подписчиков. Упоминание страниц компании в сторонних группах/сообществах/блогах.

6. Список использованной литературы.

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";
- Федеральный закон от 21 июля 2007 г. № 194-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с установлением обязанности общего образования»;
- Федеральный закон российской федерации от 25 декабря 2008 г. № 287-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам";
- Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2019. – 352 с.
- Бердышев, С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие [Текст] / С.Н. Бердышев. – М.: Дашков и К, 2019. – 120 с.
- Виталий Леонтьев. Безопасность в сети Интернет. 2018 год.
- Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. – М.: Омега-Л, 2017. – 223 с.
- Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум [Текст] / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344с.
- Компьютер изнутри: учебное пособие Диков А. В. Директ-Медиа, 2019 год
- Компьютерная грамотность: Учебно-методическое пособие для слушателей. — Екатеринбург: ИД «Ажур», 2018 — 240 с.
- Королёв В.Д., Колисниченко Д.Н., Горячев Д.П., Прокди Р.Г. Компьютер на флешке. 2018 г.

- Курилова А.В., Оганесян В.О. Хранение, передача и публикация цифровой информации. Учебник. Профессиональный модуль. Изд. центр «Академия», 2019 г.
- Манелова, Д. Как зарабатывают в Instagram [Текст] / Д. Манелова. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 218 с.
- Михеева, Е.В. Практикум по информационным технологиям в профессиональной деятельности: учебное пособие. - М : ОИЦ "Академия", 2017. - 245 с.
- Рудов. К. SMM handbook.– Москва.: ЛитРес: Самиздат, 2020. – 180 с.
- Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Текст] / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
- Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство [Текст] / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с.
- Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.
- Соболева, Л. Феномен «Инстаграма». 2.0. Все новые фишки [Текст] / Л. Соболева. – М.: АСТ, 2018. – 272 с.
- Твердохлебова, М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник [Текст] / Твердохлебова М.Д. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.
- Теренина, К.И. Особенности продвижения товара через социальные платформы [Текст] / К.И. Теренина // Евразийский Союз Ученых. – 2019. – № 9-1 (18). – С. 109-111.

7. Квалификационный экзамен

7.1. Экзаменационные билеты для проверки знаний

1. Основными функциями текстового редактора являются...

1. Автоматическая обработка информации, представленной в текстовых файлах
2. Создание, редактирование, сохранение и печать текстов
3. Управление ресурсами ПК и процессами, использующими эти ресурсы при создании текста
4. Создание таблиц и выполнение расчетов по ним

2. Текстовый редактор — это:

1. прикладное программное обеспечение, используемое для создания текстовых документов и работы с ними
2. прикладное программное обеспечение, используемое для создания таблиц и работы с ними
3. прикладное программное обеспечение, используемое для автоматизации задач бухгалтерского учета.

3. Персональный компьютер состоит из: (более 1 правильного ответа)

1. системного блока
2. монитора
3. клавиатуры
4. дополнительных устройств
5. комплекса мультимедиа.

4. Системный блок включает в себя: (более 1 правильного ответа)

1. системную плату
2. блок питания
3. модулятор-демодулятор
4. накопители на дисках
5. платы расширений
6. средства связи и коммуникаций.

5. К устройствам ввода информации относятся:

1. клавиатура
2. мышь
3. джойстик
4. графопостроитель
5. сетевой адаптер
6. сенсорный экран.

6. Internet — это:

1. локальная вычислительная сеть
2. региональная информационно-вычислительная сеть
3. гигантская мировая компьютерная сеть

7. www — это:

1. графическое инструментальное средство поиска информации по гипертекстовым ссылкам. Информация на WWW-серверах хранится в виде набора документов
2. программа, осуществляющая автоматический поиск файлов информации с заданным именем
3. программа, позволяющая просматривать информацию, содержащуюся на конкретном сервере в Internet

8. Наиболее эффективными средствами защиты от компьютерных вирусов являются:

1. антивирусные программы
2. аппаратные средства
3. организационные мероприятия

9.— это основное окно операционной системы, из которого осуществляются работа и общее управление компьютером.

1. Папка
2. Рабочий стол
3. Панель инструментов

10. Папка – это...

1. это вместилище, которое упорядочивает и структурирует файлы.
2. любая фотография, аудио- или видеозапись
3. это место, куда временно загружается информация при копировании.

11. Стоимость клика по рекламному объявлению определяет ...

1. количество просмотров

- 2. количество отписок
- 3. частота генерации лидов
- 4. показатель СРС

12. Укажите верное определение понятия "Целевая аудитория":

- 1. Это платежеспособная аудитория, которая реагирует на рекламные объявления
- 2. Это аудитория, которая проявляет интерес к нашему продукту, услуге
- 3. Это люди, удовлетворяющие ту потребность, которую решает наш продукт или услуга.

13. Для чего проводят анализ конкурентов?

- 1. Выявляют сильные и слабые стороны конкурентов
- 2. Изучают успешный опыт и разрабатывают собственную стратегию
- 3. Оба варианта верны

14. Обязательно ли подключать двухфакторную аутентификацию на профиле Instagram?

- 1. Да, если работаешь с несколькими аккаунтами
- 2. Нет
- 3. Да, всегда

15. Что появится при подключении к Бизнес-аккаунту?

- 1. Возможность добавлять ссылку в stories
- 2. Доступ к разделу со статистикой
- 3. Синяя галочка у аккаунта

16. Что такое Stories?

- 1. Краткосрочный контент, который пропадает через 24 часа после публикации
- 2. Короткая история вашей жизни
- 3. Единица контента, публикуемая в ленте профиля

17. Какой раздел стоит поставить в главный блок «ВКонтакте»?

- 1. Товары
- 2. Статьи
- 3. В зависимости от ниши, все ответы верны

18. Как часто эффективнее всего публиковать посты в Instagram?

1. 3-4 постов в неделю
2. 1-3 поста в день
3. 1-3 поста в неделю
4. 3-5 постов в месяц

19. Основная задача продающего контента?

1. Лайки, комментарии
2. Знакомство с продуктом, конверсии, заявки, покупки
3. Репосты

20. Главные критерии хорошего текста для социальных сетей

1. Читабельность, грамотность, легкая структура
2. Количество знаков от 1000-2000
3. Оба варианты верны

21. На что влияет CTR в таргетированной рекламе?

1. Стоимость клика
2. Узнаваемость бренда
3. Качество подписчиков

22. Как правильно поступать с негативными отзывами о продукте/услуге в соц.медиа?

1. Вступить в диалог
2. Заблокировать автора
3. Удалить комментарий

23. Что такое CTR ?

1. Показатель кликабельности
2. Показатель вовлеченности
4. Показатель эффективности

24. Какие дополнительные рекламные цели кампании важны, если Вы хотите чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей?

1. Охват и конверсии

2. Вовлеченность и лидогенерация

3. Охват и вовлеченность

25. Шапка в группах социальных сетей – это часть странички группы

1. верхняя

2. правая

3. нижняя

4. левая

26. Ожидаемый CTR это:

1. Статус определяющий вероятность получения клика по объявлению при показе каждого объявления.

2. Статус определяющий вероятность получения клика по объявлению при показе текстовых объявлений.

3. Статус определяющий вероятность получения клика по объявлению при показе по данному ключевому слову.

4. Статус определяющий вероятность получения 1000 показов или клика (зависит от настроек конкретной рекламной кампании) объявления при показе пользователю в текстовом или графическом представлении.

27. Одна из стратегий в рамках SMM:

1. работа по построению сообщества вокруг продвигаемого бренда

2. работа по построению сообщества вне продвигаемого бренда

3. работа по построению сообщества вокруг человека

28. Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на аудиторию:

1. целевую

2. пассивную

3. активную

29. Один из инструментов SMM:

1. целенаправленный подход

2. ведение блога в социальных сетях

3. пассивный подход

30. Можно ли добавлять несколько фотографий в один пост в Вконтакте?

1. Да, можно

2. Нет, нельзя

3. Можно только 4 фотографии

31. Существует ли stories в Вконтакте?

1. Да, существует

2. Нет, никогда не было

32. Что такое контент?

1. Контент – это все, что присутствует на сайте: текстовое содержание, изображения, аудио, видео и прочие файлы любых расширений.

2. Контент - это все, что можно скачать на сайте (фото и видео)

3. Контент - это то, что можно заказать на сайте (товары и услуги)

33. Метку, которую используют для распределения сообщений по темам в социальных сетях и блогах называют...

1. Хэштег

2. Брендбук

3. Digital

34. Instagram позволяет размещать рекламу в stories?

1. да

2. нет

35. Что такое таргетированная реклама?

1. Это текстовые, медийные или мультимедийные объявления, которые демонстрируются только тем пользователям Сети, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем.

2. Это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи

3. Это реклама, содержание которой зависит от интересов пользователя. Поэтому одним из главных ее преимуществ – перед другими видами рекламы – является ее «ненавязанность» потенциальному клиенту.

7.2. Задания для практической части экзамена

Задание 1. Открыть MS WORD. Используя панель инструментов, найдите вкладку разметка страницы, откройте диалоговое окно параметры страницы, и в появившемся окне

- а) на закладке Поля установить значение всех четырех полей 0,5 см
- б) на закладке Размер бумаги задать параметры:

Ширина листа : 8 см

Высота : 5 см

Набрать текст своей визитной карточки, где должны быть указаны :

- Фамилия, имя, отчество
- номер телефон
- место работы или учебы
- адрес

Самостоятельно оформить свою визитку, используя фигуры и рисунок.

Сохранить документ в своей рабочей папке под именем ИТОГ.

Закрыть программу.

Задание 2. Создайте папку на рабочем столе. Переименуйте папку в ИТОГ.

В папке создайте документ Microsoft Office Word. Переименуйте документ ТЕКСТ.

Напечатайте текст и примените форматирование: шрифт Calibri, размер 17 пт, начертание подчеркнутый, цвет красный, интервал междустрочный 2.

В те незапамятные времена, когда в междуречье Тигра и Евфрата пришли шумеры, они говорили на никому не понятном языке: ведь шумеры были первооткрывателями новых земель и язык у них был как у настоящих разведчиков — тайный, зашифрованный. Ни у кого такого языка не было и нет,

разве что у других разведчиков.

Сохраните документ.

Задание 3.

Создайте документ Microsoft Office Word. Наберите следующий текст.

С целью совершенствования и внедрения технологий, организации методической помощи по реабилитации инвалидов, реализации Федерального закона от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации. 1995 № 48 Ст. 4563), Указа Президента Российской Федерации от 2 ноября 1992 года № 1156 «О мерах по формированию доступной для инвалидов среды жизнедеятельности» (Собрание актов Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации. 1992 № 14 Ст. 1097).

Выделите первую строку текста и скопируйте её, вставьте в конец документа.

Отмените последнее действие. Измените абзац, согласно следующим параметрам:

- Выравнивание по правому краю.
- Отступы: Слева 2,5; Справа 1,5.
- Первая строка: отступ — 1,0.
- Интервалы: перед — 2; после — 4
- Междустрочный интервал полуторный.

Измените шрифт, согласно следующим параметрам:

- Размер 17
- Шрифт Arial.
- Начертание полужирное.
- Цвет синий.
- Выделение зеленым.

Сохраните документ. Удалите.

Задание 4.

Создайте документ Microsoft Office Word. Создайте объявление по образцу. Текст в объявлении — шрифт 14; текст в колонках — шрифт 12; Times New Roman.

<u>Объявление</u>					
С 5 октября 2022 г., в Уральском институте социального образования (филиал) Российского государственного социального университета начинаются компьютерные курсы					
Телефон 333-49-65 Компьютер- ные курсы «Вторая жизнь»	Телефон 333-49-65 Компьютер- ные курсы «Вторая жизнь»	Телефон 333-49-65 Компьютер- ные курсы «Вторая жизнь»	Телефон 333-49-65 Компьютер- ные курсы «Вторая жизнь»	Телефон 333-49-65 Компьютер- ные курсы «Вторая жизнь»	Телефон 333-49-65 Компьютер- ные курсы «Вторая жизнь»

Задание 5. Откройте программу Ms Excel. Переименуйте рабочий лист в название экзамен

В ячейку **A1** введите текст: "Год основания школы". Зафиксируйте данные в ячейке любым известным вам способом. В ячейку **B1** введите число –год основания школы (1971). В ячейку **C1** введите число –текущий год (2022). Выделите ячейку **D1**, введите с клавиатуры формулу для вычисления возраста школы: **= C1- B1**

Удалите содержимое ячейки **D1** и повторите ввод формулы с использованием мышки. В ячейку **A2** введите текст "Мой возраст". В ячейку **B2** введите свой год рождения. В ячейку **C2** введите текущий год. Введите в ячейку **D2** формулу для вычисления Вашего возраста в текущем году (**= C2- B2**). Выделите ячейку **C2**. Введите номер следующего года. Определите свой возраст в 2035 году. Для этого замените год в ячейке **C2** на 2035.