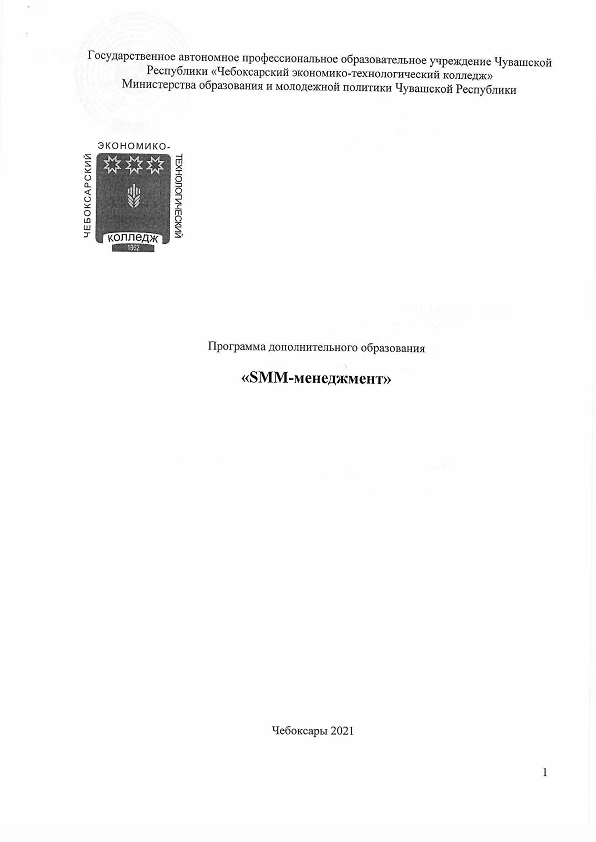
****

****

**I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**1.1. Область применения программы**

Программа дополнительного образования «SMM-менеджмент» разработана с учетом Профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 февраля 2019 г. N 95н) и с учетом требований рынка труда. Программа направлена на формирование и развитие творческих способностей детей и взрослых, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном совершенствовании, Образовательная программа включает в себя общую характеристику, учебный план, рабочую программу предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также материалы, обеспечивающие реализацию программы. В основу обучения положен принцип сочетания теории и практики.

**1.2. Требования к результатам обучения. Планируемые результаты обучения**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения дисциплины:  профессиональные компетенции | Знания | Умения |
| ПК. Выполнять требования охраны труда и техники безопасности.  ПК. Работать в таких социальных сетях, как Instagram и Facebook. Продвигать рекламные объявления платно и бесплатно. Слушатель приобретает навык консультирования в данном вопросе | Что такое социальные сети.  Как работают Instagram и Facebook  Как правильно оформить профиль  Как разработать стратегию продвижения профиля / аккаунта  Основные требования Instagram и Facebook к контенту и поведению в сети.  Виды постов. Основные требования к публикуемым материалам. Периодичность публикаций. Как сформировать контент-план.  Виды целевой аудитории, как правильно подобрать  Требования к рекламным кампаниям.  Требования к фото и видео материалам для рекламных публикаций в постах и сториз.  Анализ статистики рекламных кампаний  Современные технические средства цифрового видеооборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеоинформации;  Правила видеомонтажа и алгоритмы редактирования видеоизображений | Создание и оформление профиля:  Подбор визуала и стратегии развития аккаунта.  Создание личного профиля, оформление.  Создание бизнес-профиля. Оформление в соответствии с требованиями политики работы Instagram. Привязка к бизнес-странице в Facebook.  Facebook:  Создание личного профиля. Оформление (описание, фото профиля, фото обложки)  Создание бизнес-страницы. Оформление в соответствии с требованиями политики Facebook и продвигаемой компании.  Подключение мессенджеров к странице    Создание контента:  Навык анализа визуальной и текстовой части контента конкурентов.  Разработка / подбор визуала, максимально отражающего смысл аккаунта  Создание контент-плана на месяц. Оформление постов и сториз  Уникальность. Антиплагиат.  Платные и бесплатные методы продвижения:  Просмотр и анализ статистики публикаций.  Разработка стратегии продвижения аккаунта / бизнес-страницы  Бесплатные методы продвижения в Instagram и Facebook: взаимопиар, конкурсы, марафоны, подбор хэштегов, геолокации  Платные методы продвижения:  Реклама у блогеров. Выбор блогера максимально подходящего для рекламы  Оформление рекламного кабинета в Facebook.  Подбор целевой аудитории. Формирование аудитории по имеющейся базе.  Подбор медиаматериала.  Выбор площадки для рекламы. Настройка рекламы.  Упрощенный метод продвижения в Instagram  Анализ статистики рекламных кампаний. Формирование отчетов. Поиск оптимального решения в продвижении на основе статистики  Монтировать видеофильмы в видеоредакторе, а именно:  -производить захват видеофайлов; - импортировать заготовки видеофильма; - редактировать и группировать клипы; - монтировать звуковую дорожку видеофильма; -создавать титры;  - экспортировать фотографии |

**II. УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

Таблица 1

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование модулей** | **Всего, ак.час** | **В том числе** | | | **Форма контроля** |
| **лекции** | **практ. занятия** | **промеж. и итог.**  **контроль** |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* |
| **1.** | **Модуль 1. Введение в программу обучения** | **2** | **2** |  |  |  |
| 1.1 | Требования охраны труда и техники безопасности. | 1 | 1 |  |  |  |
| 1.2 | Социально-профессиональная адаптация. | 1 | 1 |  |  |  |
| **2.** | **Модуль 2. Программы и приложения для обработки фото** | **18** | **2** | **16** |  |  |
| 2.1 | Обзор программ. Работа в приложении Pics Art | 6 | 2 | 4 |  |  |
| 2.2 | Работа в приложении Canva | 4 |  | 4 |  |  |
| 2.3 | Работа в приложении Snapseed | 4 |  | 4 |  |  |
| 2.4 | Работа в приложении Lightroom | 4 |  | 4 |  |  |
| **3.** | **Модуль 3. Программы и приложения для обработки видео** | **18** | **2** | **16** |  |  |
| 3.1 | Обзор программ. Работа в видеоредакторе Move maker | 10 | 2 | 8 |  |  |
| 3.2 | Работа в приложении Viva video | 4 |  | 4 |  |  |
| 3.3 | Работа в приложении Inshot | 4 |  | 4 |  |  |
| **4.** | **Модуль 4. Социальные сети Instagram и Facebook** | **22** | **8** | **14** |  |  |
| 4.1 | Создание и оформление профиля | 8 | 2 | 6 |  |  |
| 4.2 | Создание контента | 6 | 2 | 4 |  |  |
| 4.3 | Платные и бесплатные методы продвижения | 8 | 4 | 4 |  |  |
|  | Промежуточный контроль | 2 |  |  | 2 | зачет |
| **5.** | **Модуль 5. Социальная сеть Вконтакте** | **18** | **8** | **10** |  |  |
| 5.1 | Создание и оформление профиля | 6 | 2 | 4 |  |  |
| 5.2 | Создание контента | 6 | 2 | 4 |  |  |
| 5.3 | Платные и бесплатные методы продвижения | 6 | 4 | 2 |  |  |
|  | Промежуточный контроль | 2 |  |  | 2 | зачет |
| **6.** | **Модуль 6. Создание посадочных страниц** | **14** | **2** | **12** |  |  |
| 6.1 | Работа в конструкторе Tilda. Создание интернет-магазина. | 10 | 2 | 8 |  |  |
| 6.2 | Работа в конструкторе Wix | 4 |  | 4 |  |  |
|  | Итоговый контроль | 4 |  |  | 4 | Диф.зачет |
|  | **ИТОГО:** | **100** | **24** | **68** | **8** |  |

**III. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Модуль 1. Введение в программу обучения

Тема 1.1 Требования охраны труда и техники безопасности

Лекция № 1. Организация работы и техника безопасности

Общие правила безопасной работы на электрооборудовании, установленном на рабочем месте. Назначение и особенности технической эксплуатации оборудования, предоставленного для работы. Назначение и принципы действия противоаварийной и противопожарной защиты. Порядок действий при возникновении аварийной ситуации. Важность поддержания рабочего места в надлежащем состоянии. Значимость планирования всего рабочего процесса, как выстраивать эффективную работу и распределять рабочее время. Основы безопасной работы в сети Интернет. Стандарты охраны здоровья при работе с компьютером. Общие правила защиты персональных данных и конфиденциальности информации

Тема 1.2. Социально-профессиональная адаптация

Лекция № 2. Основы SMM-менеджмента

Зачем нужен SMM. Обязанности SMM-менеджера. Каким должен быть хороший специалист по SMM.

Модуль 2. Программы и приложения для обработки фото

Тема 2.1. Обзор программ. Работа в приложении Pics Art

Лекция 1. Классификация компьютерной графики. Обзор графических редакторов. Мобильные графические редакторы: возможности и методы работы, преимущества и недостатки.

Особенности растровой, векторной, фрактальной и 3D графики. Классификация ПО: бесплатные, условно платные и платные графические редакторы. Отличия мобильных редакторов от ПО для ПК. Основные функции и настройки ПО, форматы и графических файлов.

Практическое занятие №1. Возможности создания рисунка с «нуля»

Установка приложения. Особенности работы в приложении Pics Art. Интерфейс и инструменты рисования. Работа в слоях. Цветовая палитра и способы заливки. Инструменты «Кисть», «Палец»

Практическое занятие №2. Эффекты. Работа с текстом. Ретушь фотографии Фото для социальных сетей.

Создание коллажа.

Тема 2.2. Работа в приложении Canva

Практическое занятие №3. Создание поста на основе готового шаблона

Функционал. Преимущества и недостатки. Методы обработки изображений. Работа с текстом. Создание диаграмм. Создание поста на основе готового шаблона. Создание фирменного бланка, сертификата.

Практическое занятие №4. Графика для Интернета.

Обработка графики для социальных сетей: ретушь, эффекты. Работа с элементами фотографии. Создание баннеров, миниатюр для YouTube канала, оформление канала YouTube.

Интеграция с другими сервисами. Открытие доступа к проектам другим пользователям.

Тема 2.3. Работа в приложении Snapseed

Практическое занятие №5. Инструменты коррекции. Создание собственного стиля обработки фото. Выборочная коррекция снимка. Инструменты точной коррекции: кисть.

Форматы графических файлов для обработки и сохранения. Интерфейс приложение и настройка. Изменение яркости и контрастности, насыщенность и световой баланс, обработка светлых и темных участков изображения, инструмент «Тепло» для цветокоррекции изображения, резкость фотографии, кадрирование, положение и перспектива.

Практическое занятие №6. Фильтры. Работа с текстом. Работа с портретом

Фильтры: эффект HDR, блеск софита, драма, винтаж, крупное зерно, ретро, гранж, черно-белое, нуар. Добавление текста на фото. Добавление рамки для фото. Инструменты портретной ретуши: «Портрет», «Положение головы», «Размытие».

Тема 2.4. Работа в приложении Lightroom

Практическое занятие №7. Настройка приложения. Экспорт фото. Работа с фоном

Установка и особенности интерфейса. Базовые настройки. Сохранение в различных графических форматах. Импорт и экспорт графических объектов.

[Размытие фона в Lightroom](https://www.softmagazin.ru/blog/rabota_s_fonom_i_rezkostyu_v_adobe_lightroom/#%D0%9A%D0%B0%D0%BA_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BC%D1%8B%D1%82%D1%8C_%D1%84%D0%BE%D0%BD_%D0%B2_Lightroom), как сделать фон белым, затемнение фона, удаление шума, увеличение резкости, осветление части фотографии, изменение цвета фона, удаление аберрации, изменение цветового профиля в Lightroom.

Практическое занятие №8. Ретушь фото. Использование готовых пресетов.

Особенности ретуширования портретной фотографии: локальная коррекция кожи, работа с тенями и светом, применение масок, регулировка резкости, баланс белого, экспозиция и контраст, четкость и насыщенность, применение эффектов для стилизации фото, добавление водяных знаков. Приемы быстрой ретуши.

Модуль 3. Программы и приложения для обработки видео

Тема 3.1. Обзор программ. Работа в видеоредакторе Move Maker

Лекция. Общие сведения о цифровом видео. Структура видеоинформации. Основные приёмы работы с видеокамерой при создании фильма.

Практическое занятие №1. Знакомство с программой для создания видеороликов Move Maker. Структура окна программы.

Для чего предназначена программа Windows Movie Maker? Достоинства и недостатки программы. Структура окна программы Windows Movie Maker.

Практическое занятие №2. Основные приемы работы. Создание и редактирование видеоролика.

Редактирование видео или видеомонтаж. Операции добавления частей из другого фильма, склеивания кусков, удаления ненужных фрагментов и т.д.

Практическое занятие №3. Настройка переходов между фрагментами, наложение звука, оформление.

Наложение видеоэффектов, накладывание на записанный видеоклип звуковых комментариев

Практическое занятие №4. Сохранение мультимедийных клипов в компактных форматах.

Сохранение проект фильма и файл фильма. Демонстрация созданных видеофильмов.

Тема 3.2 Работа в приложении VivaVideo

Практическое занятие №5. Интерфейс. Функциональность приложения Viva Video.

Достоинства и недостатки программы. Основные приемы работы в приложении VivaVideo

Практическое занятие №6. Монтаж, обработка, вырезание и объединение видео

Создание видеоклипа. Наложение видеоэффектов.

Тема 3.3 Работа в приложении InShot

Практическое занятие №7. Интерфейс. Принципы работы в приложении InShot. Набор инструментов InShot

Достоинства и недостатки программы. Основные приемы работы в приложении InShot

Практическое занятие №8. Создание видеоклипа. Смена яркости, добавление стикеров, смайликов

Создание видеоклипа. Наложение видеоэффектов.

Раздел 1. Создание и оформление профиля

Тема 1.1. Аккаунт Instagram.

Общее. Особенности создания профилей компании в социальных сетях. Оформление контента и фирменный стиль компании.

Лекция. Социальная сеть Instagram. В чем ее особенности. Виды аккаунтов (личный, бизнес, авторский) и их основные отличия. Отличия в оформлении, основные принципы. Как подбирать визуальное оформление. Поиск и анализ конкурентов. Анализ своих сильных и слабых сторон. Умная лента и охват — как получать просмотры контента. Создание рубрикатора и контент-плана для социальных сетей.

Практическое занятие. Создание личного аккаунта и его оформление. Создание бизнес аккаунта и его оформление и настройка всех параметров, необходимых для конкурентного преимущества. Проанализировать аккаунты конкурентов, составить сводную аналитическую таблицу (по примеру или разработать свою). Проработать визуальное оформление личного и бизнес аккаунтов.

Промежуточная аттестация: Прокомментировать отличия в оформлении аккаунтов

Тема 1.2 Профиль в Facebook.

Лекция. Социальная сеть Facebook. В чем ее особенности. Виды профилей (личный, бизнес-страница, группа, публичное сообщество) и их основные отличия. Отличия в оформлении, основные принципы. Поиск и анализ конкурентов. Анализ своих сильных и слабых сторон. WatsApp Business – что это такое и в чем его преимущества перед привычным нам приложением.

Практическое занятие. Создать личный профиль в Facebook. Создать и привязать к личному бизнес-страницу. Оформить и настроить в соответствии с требованиями сети и деятельностью компании. Подключить бизнес-аккаунт Instagram. Подключить чат WatsApp Business. Проанализировать аккаунты конкурентов, составить сводную аналитическую таблицу (по примеру или разработать свою).

Промежуточная аттестация: Прокомментировать полученные таблицы конкурентов по Instagram и Facebook

Модуль 2. Создание контента

Тема. Создание конкурентного контента.

Лекция. Что такое контент-план. Зачем он нужен. Основные принципы формирования контент-плана. Виды контента / постов. Информационный, продающий, развлекательный, личный посты и их основные отличия. Требования к оформлению постов в Facebook и Instagram (текст, визуальная часть). Stories и их преимущества перед постами в ленте. Виды. Storytelling.

Практическое занятие по Instagram.

Составить контент план публикаций на месяц. Включить личный, информационный, продающий и развлекательный посты. Сформировать план постов и Stories на неделю с подбором визуала и текста. Подобрать хэштэги. Проанализировать хэштэги конкурентов.

Практическое занятие по Facebook.

Составить контент план публикаций на месяц. Включить личный, информационный, продающий и развлекательный посты. Сформировать план постов и Stories на неделю с подбором визуала и текста. Подобрать хэштэги. Проанализировать хэштэги конкурентов.

Промежуточная аттестация. Защита плана постов для Instagram и Facebook.

Раздел 3. Платные и бесплатные методы продвижения

Тема 3.1 Бесплатные методы продвижения.

Лекция. Бесплатные методы продвижения в Instagram и Facebook.

Общие вопросы. Продвижение в социальных сетях. Зачем оно нужно и когда его нужно использовать. Создание стратегии для продвижения в социальных сетях на основе Popsters.

Виды бесплатного продвижения. Как набрать подписчиков с помощью бесплатных методов. Взаимопиар. Совместные прямые эфиры. Интерактивы, конкурсы, марафоны. Комментинг. Основные принципы и отличия. В каком случае подходят. Как использовать оформление профиля, хэштэги и геолокацию для продвижения. Основные принципы поиска блогеров для взаимопиара, совместных марафонов, организации конкурсов и подбора хэштэгов для продвижения аккаунта / профиля. Коммуникация с подписчиками и их вовлечение.

Практическое занятие. Подобрать по одному блогеру для взаимопиара и марафона. Обосновать выбор. Придумать конкурс и варианты его продвижения. Подобрать и обосновать выбор хэштэгов

Промежуточная аттестация. Составить сравнительную таблицу из 5 блогеров и обосновать выбор по одному для взаимопиара и марафона (или конкурса)

Тема 3.2 Платные методы продвижения.

Лекция. Платные методы продвижения в Instagram и Facebook. Продвижение поста в Instagram через кнопку «Продвигать».

Настройка рекламного кабинета Facebook. Основные принципы работы и отличие Ads Manager и Business Manager.

Создание аудиторий на основе клиентских данных (почта и телефон), создание индивидуализированных аудиторий по взаимодействиям с рекламой и видео

Настройка рекламной кампании (подбор целевой аудитории, выбор креатива, основные принципы написания текста рекламного объявления). Создание похожих аудиторий с помощью разных клиентских баз. Процесс запуска рекламы в Ads Manager. Сегментация рекламы на уровне кампаний и объявлений. Работа со статистикой и оценкой рекламы. Создание персональных отчетов для мониторинга рекламы. Сбор и анализ статистики. Виды отчетов и принципы их формирования.

Поиск клиентов и продвижение таргетолога. Упаковка, портфолио, поиск клиентов. Договор, работа с клиентом и этапы развития

Практическое занятие. Создать и настроить рекламный кабинет. Настроить целевую аудиторию, подобрать креатив и текст для объявления, продвигающего курсанта, как SMM специалиста и таргетолога. При желании запустить рекламу. Проанализировать статистику рекламной компании. Составить отчет. Сформулировать выводы и дать предложения по улучшению качества рекламного объявления.

Промежуточная аттестация. Аналитический отчет по рекламе продвигаемой компании либо себя, как SMM-специалиста

Модуль 5. Социальная сеть ВКонтакте

Тема 5.1 Создание и оформление профиля

Лекция. Общие сведения о социальной сети ВК. Реклама и ее продвижение в социальной сети ВК.

Практическое занятие №1. Знакомство с социальной сетью ВК. Создание профиля

Поэтапное создание группы ВК.

Практическое занятие №2. Знакомство с социальной сетью ВК. Оформление профиля.

Поэтапное оформление группы ВК: от аватара до рекламы.

Тема 5.2. Создание контента

Практическое занятие №3. Интерфейс. Создание сообщества

Определить цель и задачи проекта во «ВКонтакте». Цель — это запланированный результат. Задачи — шаги, которые помогают достичь цели.

Практическое занятие №4. Оформление сообщества

Размеры основных элементов. Описание сообщества. Выбор обложки.

Практическое занятие №5. Создание контента

Создание контент-плана сообщества. Видеоконтент.

Тема 5.3. Платные и бесплатные методы продвижения

Практическое занятие №6. Комьюнити-менеджмент

Управление репутацией организации. Чат-боты.

Практическое занятие №7. Продвижение сообщества

Платное продвижение групп в ВК позволяет быстро раскрутить любую страницу. К методам можно отнести:

* таргетированные объявления;
* рекламные посты в пабликах;
* специальные предложения в играх:
* промо-посты.

Практическое занятие №7. Продвижение сообщества

Сначала поговорим о возможностях бесплатной раскрутки в ВК. Основные методы следующие:

* SEO-оптимизация;
* френдинг: ищем -> добавляем -> приглашаем;
* умный спам в тематических пабликах: запрос -> ответ;
* партнерство;
* «живой» и интересный контент;
* конкурсы, предложение новости;
* сайт.

Промежуточная аттестация

Закрепление изученного материала

Модуль 6

Лекция № 1. Терминология, цели и типы сайтов. Первые шаги в запуске сайта. Практика создания лендинга в Tilda и в Wix

Что такое лендинг, откуда появился этот формат, чем отличается от одностраничного сайта и как он работает. Основные функции Tilda и Wix. Библиотека блоков.

Практическое занятие №1. Разработка технического задания на создание лендинга

Постановка целей и задач. Техническая реализация. Поиск подходящего шаблона. Структура и взаимодействия. Визуализация

Практическое занятие №2. Создание страницы. Сайт-визитка в Tilda

Практическое занятие с работой непосредственно в интерфейсе сервиса Tilda по созданию первой страницы проекта, выбор шаблона и дизайна.

Практическое занятие №3. Базовая SEO-оптимизация и техническая подготовка перед запуском.

SEO-настройки. Технические настройки перед запуском. Статистика и настройка целей, тестирование и SEO.

Практическое занятие №4. Создание интернет-магазина в Tilda

Виджеты корзины, настройка формы заказа, платежные системы, каталог товаров, промокоды и акции

Практическое занятие №5.

Создание страницы. Сайт-визитка в Wix

Инструменты и функции WiX, шаблоны сайтов

Практическое занятие №6.

Базовая SEO-оптимизация и техническая подготовка перед запуском. SEO-настройки. Технические настройки перед запуском. Статистика и настройка целей, тестирование и SEO.

**Промежуточная аттестация**

Закрепление изученного материала

## **IV. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

**4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: учебные столы, компьютерные столы, стол для преподавателя, стулья, стенды, «Техника безопасности и охрана труда», комплект учебно-методических материалов.

Технические средства обучения: мультимедиа проектор, экран со штативом, ноутбук, компьютеры, смартфон с выходом в интернет.

Мастерские «Администрирование отеля», «Технологии моды».

**4.2. Информационное обеспечение обучения**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Курилова А. В., Оганесян В. О. Хранение, передача и публикация цифровой информации: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования/ А. В. Курилова, В. О. Оганесян - М.: Издательский центр «Академия», 2020-160с.
2. Остроух А.В. Ввод и обработка цифровой информации: учебник для студ. учреждений СПО. М.: Издательский центр «Академия», 2020.-288с.
3. [Александр Ватаманюк](https://www.litres.ru/aleksandr-vatamanuk/). Самоучитель монтажа домашнего видео. ПИТЕР, стр 256
4. Остроух А.В. Основы информационных технологий. Учебник. Профессиональное образование – 4-е издание – М.: ACADEMA, 2018
5. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учеб. пособие для СПО/отв. ред. Е.Э. Павловская – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 183 с. – (Серия: Профессиональное образование)
6. . Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст | Ильяхов Максим, Сарычева Людмила. Издательство Альпина Паблишер, 2020. -440 с.
7. 2. Администратор инстаграма: руководство по заработку | Кудряшов Дмитрий Игоревич. Издательство АСТ, 2018. — 320 с.  ISBN 978-5-17-106270-5
8. 3. Маркетинг в социальных сетях | Халилов Дамир. Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 240 с. — ISBN 978-5-91657-869-0, 978-5-91657-759-4
9. . Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/450115>
10. 2. Техническое описание компетенции «Интернет маркетинг» стандартов Вордскиллс Россия

Интернет ресурсы:

1. Школа видеомонтажа [Электронный ресурс] http://videomontazh.net/
2. Рекомендации по видеомонтажу Интернет-видеороликов [Электронный ресурс]

<http://www.video.antula.ru/video-montage.htm>

## **V. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований, в результате промежуточного контроля

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты**  **(освоенные профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ПК. Выполнять требования охраны труда и техники безопасности.  ПК. Работать в программах и приложениях по обработке видео.  ПК. Работать в программах и приложениях для обработки фото  ПК. Работать в таких социальных сетях, как Instagram и Facebook. Продвигать рекламные объявления платно и бесплатно. Слушатель приобретает навык консультирования в данном вопросе  ПК. Запускать таргетированную рекламу в социальных сетях.  Работать в конструкторах по созданию лендинга | Знать:  1. Современные технические средства цифрового видеооборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеоинформации;  2. Правила видеомонтажа и алгоритмы редактирования видеоизображений  Общие правила безопасной работы на электрооборудовании, установленном на рабочем месте  Назначение и особенности технической эксплуатации оборудования, предоставленного для работы  Классификации видов компьютерной графики. Особенности каждого вида компьютерной графики.  Основные характеристики графических объектов: размер, разрешение, цветовая палитра.  Графические редакторы для рисования и обработки изображений: характеристики, достоинства и недостатки.  Что такое социальные сети.  Как работают Instagram и Facebook  Как правильно оформить профиль  Как разработать стратегию продвижения профиля / аккаунта  Основные требования Instagram и Facebook к контенту и поведению в сети.  Виды постов. Основные требования к публикуемым материалам. Периодичность публикаций. Как сформировать контент-план.  Виды целевой аудитории, как правильно подобрать  Требования к рекламным кампаниям.  Требования к фото и видео материалам для рекламных публикаций в постах и сториз.  Анализ статистики рекламных кампаний  Создание профиля с информацией о себе  Загружать на сайт собственные записи и использовать файлы других  Что такое таргетированная реклама  Уметь:  Организовывать свое рабочее место с соблюдением правил техники безопасности.  Выбирать программный продукт с учетом особенностей графического объекта и имеющихся средств для его обработки.  Выполнять обработку фотографий с помощью графических редакторов.  Выполнять построение графических объектов с помощью соответствующего ПО.  Обрабатывать текст средствами графических редакторов.  Монтировать видеофильмы в видеоредакторе, а именно:  -производить захват видеофайлов; - импортировать заготовки видеофильма; - редактировать и группировать клипы; - монтировать звуковую дорожку видеофильма; -создавать титры;   - экспортировать фотографии и видеофайлы.  Создание и оформление профиля:  Подбор визуала и стратегии развития аккаунта.  Создание личного профиля, оформление.  Создание бизнес-профиля. Оформление в соответствии с требованиями политики работы Instagram. Привязка к бизнес-странице в Facebook.  Facebook:  Создание личного профиля. Оформление (описание, фото профиля, фото обложки)  Создание бизнес-страницы. Оформление в соответствии с требованиями политики Facebook и продвигаемой компании.  Подключение мессенджеров к странице    Создание контента:  Навык анализа визуальной и текстовой части контента конкурентов.  Разработка / подбор визуала, максимально отражающего смысл аккаунта  Создание контент-плана на месяц. Оформление постов и сториз  Уникальность. Антиплагиат.  Платные и бесплатные методы продвижения:  - создание профиля в социальной сети ВКонтакте  - оформление профиля в социальной сети ВКонтакте  - продвижение рекламы в социальной сети ВКонтакте  Анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины  Работать с бесплатными сервисами создания лендингов. | Демонстрация выполнения практического задания |