

УТВЕРЖДАЮ

Директор

ГБПОУ СГКСТД

Т.А. Санникова

23 января 2023 г.



**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
(с применением электронных образовательных ресурсов,
технологий дистанционного обучения)
«SMM»
по компетенции Графический дизайн**

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
(с применением электронных образовательных ресурсов,
технологий дистанционного обучения)
«SMM»
по компетенции «Графический дизайн»**

1.1. Цели реализации программы

Дополнительная программа профессионального обучения направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Программа разработана в соответствии с:

Программа разработана в соответствии с:

- спецификацией стандарта компетенции «Интернет-маркетинг»;

– профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Минтруда России от 19.02.2019 № 95н);

Документ об окончании программы: удостоверение о повышении квалификации.

1.2. Требования к результатам обучения. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен:

– **уметь** грамотно строить процесс общения; адекватно оценивать себя и окружающую действительность;

– **уметь** использовать программное обеспечение;

– **уметь** работать с информацией в глобальных сетях;

– **уметь** всесторонне анализировать текст, членить текст на логические абзацы;

– **уметь** вести расчет финансов и анализировать статистику;

– **уметь** работать в команде;

– **уметь** грамотно презентовать свою идею и довести проект до конца;

– **уметь** обсуждать с клиентом качество выполненной услуги;

– **уметь** производить расчет стоимости оказанной услуги;

– **знать** методы работы в коллективе, ориентироваться в основных социально - значимых проблемах; знать основные потребности человека, эмоции и чувства, объективные связи обучения, воспитания и развития личности в образовательных процессах и социуме

– **знать** возможности компьютерного анализа данных

– **знать** грамматические правила, словарные единицы, правила лексико-грамматического оформления иноязычной речи

– **знать** основные признаки текста; структуру и компоненты текста; принципы анализа текста; правила орфографии, пунктуации и редактирования.

– **знать** как анализировать и грамотно интерпретировать информацию из социальной медиа-среды.

– **знать** правила рекламы, законы об авторском праве и законы об унижение чести и достоинства, выраженное не только в неприличной, но и в иной противоречащей общепринятым нормам морали и нравственности форме.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины

Трудоемкость обучения: 16 академических часов.

Форма обучения: очная (с применением электронных образовательных ресурсов, технологий дистанционного обучения).

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	16
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	16
в том числе:	
Лекционные занятия	14
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия	Объем часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Тема 1. Что такое SMM	Понятие "социальный медиа маркетинг" (SMM), история появления направления	7
	Основные принципы работы в социальном медиа маркетинге	
	Возможности продвижения в социальном медиа маркетинге	
	Области использования социального медиа маркетинга	
	Таргетированная реклама	
	Работа в социальных сетях	
	Анализ статистики рекламы	
Тема 2. Основы рекламы	Предмет, цели и задачи рекламы. Основные субъекты рекламной деятельности.	6
	Специфика рекламы в Интернете	
	.Понятие digital рекламы. Основные виды. Определение основных инструментов digital-коммуникации	
	Место и значение digital как современного комплекса технологий в системе маркетинговых коммуникаций	
	Работающие способы продвижения	
	Копирайтинг	

		Визуальное оформление рекламы	
		Планирование, таймменеджмент	
		Коммуникация с командой и заказчиком	
Тема 3. Восприятие человеком рекламы в интернете	Зачет	Глобальные проблемы современности и реклама в социальных медиа	1
	36		
Итоговая аттестация			2
			16

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: компьютер или телефон, интернет.

3.2. Информационное обеспечение.

Основные источники

1. Шпаковский В.О., Егорова Е.С. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=989613>;

2. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность : учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 198 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1031865>;

3. Сенаторов А.. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / А. Сенаторов. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 153 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1002559>;

Дополнительные источники

1. Гусаров Ю.В., Гусарова Л.Ф. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=342116>

2. Чамкин А.С. Социология коммуникации: Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 295 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=344978>

3. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности: Учебник / А.Б. Оришев. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 235 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=255335>

4. Давыдкина И.Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления : монография / И.Б. Давыдкина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 126 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=961951>

5. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М. Эйнштейн. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1003009>

Интернет ресурсы

1. СММ (SMM) Маркетинг социальных медиа - http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/
2. Социальный медиа маркетинг на ладони - SeoSolution - <https://seosolution.com.ru/blog/socialmediamarketing.html>
3. Что такое и как происходит SMM и SMO продвижение в социальных сетях? - <https://lpgenerator.ru/blog/2015/05/21/что-такое-i-kak-proishodit-smm-i-smo-prodvizhenie-v-socialnyh-setyah/>

Разработчик:

Гапонюк А.В.-преподаватель