

## ДНЗ «Одеський центр ПТО ДСЗ»

## РОБОЧИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

для курсів цільового призначення за напрямком

«**Основи офіс-менеджменту. Автоматизація адміністративної роботи**»

## ПОЯСНОВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальний план та програма для курсів цільового призначення за напрямком «Основи офіс-менеджменту. Автоматизація адміністративної роботи» рекомендований для працівників офісу та усіх, хто цікавиться питаннями офіс-менеджменту.

Навчальна програма курсу розрахована на 36 години. Навчання може проводитись як в очній, так і дистанційно.

Навчання завершується підсумковим заняттям.

Після проходження курсу слухачі повинні вміти самостійно виконувати всі роботи, передбачені навчальним планом «Основи офіс-менеджменту. Автоматизація адміністративної роботи».

Вимоги до осіб, які навчатимуться за напрямком «Основи офіс-менеджменту. Автоматизація адміністративної роботи»:

- повна загальна середня освіта;
- володіння комп'ютером на рівні користувача Windows;
- навички роботи в офісі;
- без вимог до стажу роботи.

Особам, які опанували курс підвищення кваліфікації в повному обсязі видається посвідчення про проходження курсів цільового призначення за напрямком, зразок якого затверджує державний навчальний заклад «Одеський центр ПТО ДСЗ».

Термін навчання – 36 навчальних годин

№ п/п	Назва теми навчального плану	Обсяг годин на навчання
<b>Тема 1. Офіс-менеджмент у сучасній системі управління</b>		
1.1.	Сутність управління. Школа наукового управління.	2
1.2.	Сучасні концепції менеджменту.	2
1.3.	Особливості наукової організації управлінської праці.	2
1.4.	Поняття офіс-менеджменту та місце офісу в орг. структурі управління підприємством.	2
<b>Тема 2. Організація сучасного та безпечного офісу як запорука успішного бізнесу</b>		
2.1.	Поняття офісу та його функціональних служб, види офісних робіт. Організація офісного простору.	2
2.2.	Ергономічні особливості забезпечення умов праці в офісах.	2
2.3.	Сучасні тенденції оформлення офісних приміщень.	2
2.4.	Зелений офіс як інноваційна практика покращення офісної діяльності в нових умовах.	3
2.5.	Ресепшн та коворкінг в офісному менеджменті.	2
<b>Тема 3. Автоматизація офісної роботи</b>		
3.1.	Розробка технічного завдання. Впровадження сучасних інформаційних систем, які допоможуть налагодити фінансову діяльність фірми.	3
3.2.	Формування основних вимог замовника. Реєстрація та облік всіх даних в системі, де проводиться автоматизація. Вимоги до дотримання якості звітностей цієї системи.	3
3.3.	Контроль над проектами. Передбачає виконання посади менеджера проекту по впровадженню автоматизованої системи для гарантії дотримання термінів виконання, а також з метою контролю бюджету. Виконуючий обов'язки менеджера зобов'язаний захищати інтереси клієнта в процесі впровадження різних систем у внутрішню діяльність компанії.	3
3.4.	Робота з базою ІС підприємство та іншими, огляд систем, вибір найкращої. Реалізація складеного технічного завдання, яка в повній мірі відповідає потребам компанії. Ведення бухгалтерського і податкового обліку в різних сферах застосування фінансів фірми. Передбачено і контроль над вхідними / вихідними фінансами.	3
3.5.	Впровадження популярних автоматизованих систем. Система CRM – найзручніша і популярна з застосовуваних сьогодні. На цьому етапі також ставляться проектувальні завдання, проводиться налаштування параметрів в системах ІТ.	3
4.	Підсумкове заняття	2
	<b>Всього:</b>	<b>36</b>

## ДНЗ «Одеський центр ПТО ДСЗ»

### РОБОЧИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

для курсів цільового призначення за напрямком  
«Таргетолог. Створення таргетованої реклами»

### ПОЯСНОВАЛЬНА ЗАПІСКА

Курс розроблено для усіх бажаючих, які планують працювати у сфері реклами в соціальних мережах (налаштування та розміщення), а також для SSM та PR фахівців, які хочуть стати багатопрофільними фахівцями. Корисним курс буде і підприємцям, які планують просувати свій бізнес у соціальних мережах.

Мета - формування професійних компетенцій щодо створення рекламної продукції, яка максимально точно націлена на потенційного споживача, покупця рекламованого товару, послуги, продукту.

Навчальна програма курсу розрахована на 36 години. Навчання може проводитись як в очній формі, так і дистанційно.

Навчання завершується підсумковим заняттям (опитування у формі тесту).

Після проходження курсу слухачі повинні вміти самостійно виконувати всі роботи, передбачені навчальним планом «Таргетолог. Створення таргетованої реклами».

Вимоги до осіб, які навчатимуться за напрямком «Таргетолог. Створення таргетованої реклами»:

- повна загальна середня освіта;
- комунікативні навички;
- володіння комп'ютером на рівні користувача Windows, навички роботи в соціальних мережах;
- без вимог до стажу роботи.

Особам, які опанували курс «Таргетолог. Створення таргетованої реклами» в повному обсязі видається посвідчення про проходження курсів цільового призначення за напрямком, зразок якого затверджує державний навчальний заклад «Одеський центр ПТО ДСЗ».

Термін навчання – 36 навчальних годин

№ п/п	Тема	Кількість годин
<b>Тема 1. ОСНОВИ ТАРГЕТУ; АНАЛІЗ ТА СТРАТЕГІЯ.</b>		
1.1.	Що таке маркетинг та Digital-маркетинг, місце таргетованої реклами.	1
1.2.	Брифінг клієнта та аналіз цільової аудиторії його бізнесу.	2
1.3.	Аналіз конкурентів.	1
1.4.	Вибір правильної рекламної стратегії.	2
1.5.	Формування рекламного офферу.	2
<b>Тема 2. СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО КАБІNETУ</b>		
2.1.	Принципи створення таргетованої реклами. Рекламні кабінети FacebookAds та Instagram.	2
2.2.	Структура, типи кампаній та цілей рекламної кампанії.	2
2.3.	Налаштування аудиторій у Facebook та Instagram кабінетах.	2
2.4.	Розподіл грошей на рекламу та ПДВ.	2
<b>Тема 3. КОПІРАЙТИНГ ТА КРЕАТИВИ.</b>		
3.1.	Професійний копірайтинг. Написання текстів, які привертають увагу.	2
3.2.	Принципи креативу у дизайні. Робота з дизайнером.	2
3.3.	Створення креативів для реклами. Інтерфейс Figma.	2
<b>Тема 4. ОПТИМІЗАЦІЯ ТА ЗАПУСК ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ</b>		
4.1.	Запуск реклами на профіль, просування публікацій. Робота з лід-формами.	2
4.2.	Налаштування FacebookPixel та стандартних подій на сайті 1 год.	1
4.3.	Робота з динамічним ретаргетингом.	1
4.4.	Оптимізація реклами, аналіз проміжних метрик, масштабування.	2
4.5.	Робота з проблемами у рекламі. Звернення до технічної підтримки.	2
<b>Тема 5. РОБОТА З КЛІЄНТАМИ</b>		
5.1.	Безкоштовний та платний пошук клієнтів. Побудова діалогу з клієнтом.	2
5.2.	Побудова власного портфоліо.	1
5.3.	Реклама в TikTok: тенденції та креативи.	1
5.4.	Підсумкове заняття (опитування у формі тесту).	2
<b>Разом:</b>		<b>36</b>