

Частное учреждение дополнительного профессионального образования "ЭММенеджмент"
620142 г. Екатеринбург, Степана Разина дом 16 офис 412

Приказ № _____ от _____ 2022
Утверждаю Директор: _____ И. А. Тимофеева



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«SMM. Продвижение в социальных сетях»

Форма обучения: дистанционная

Срок реализации – 4 недели (50 часов)

Екатеринбург, 2024 г

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ	5
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	6
УЧЕБНЫЙ ПЛАН	8
ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	9
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	13
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ	14

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и профилю и включает в себя: учебный план; рабочие программы учебных дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также календарный учебный график и методические и оценочные материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «SMM. Продвижение в социальных сетях» одновременно является модулем дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Директор по маркетингу. МВА. Маркетолог».

Цель программы – получение новых знаний и практических навыков эффективного продвижения в социальных сетях с учетом последних изменений.

Категория слушателей - руководители и специалисты отделов маркетинга и продаж, начинающие SMM-специалисты и интернет-маркетологи; руководители и владельцы бизнеса, которые хотят получать продажи из соцсетей; оффлайн-маркетологи, которые хотят разбираться в digital; специалисты смежных профессий.

Объем программы - 50 академических часов (в том числе 22 ак. часов видеолекций и 28 ак. часов практической самостоятельной работы).

Форма обучения: дистанционная.

Виды занятий при организации дистанционного обучения:

- видеолекция в записи;
- разработанные педагогом презентации и рабочая тетрадь (раздаточный материал);
- фрагменты и материалы образовательных интернет-ресурсов.

Режим учебных занятий: при освоении данной программы предполагается 22 академических часов видеолекций, 28 ак. часа практической самостоятельной работы слушателей. Учебные занятия проводятся без отрыва от работы. Теоретические и практические занятия проводятся в режиме онлайн с использованием средств современных информационных технологий и сервисов.

Обучение платное.

Документы, необходимые для зачисления:

- Ксерокопия паспорта;
- Ксерокопия документа о предшествующем образовании с присвоенной квалификацией*

* К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Зачисление в группу происходит после заключения договора на оказании образовательных услуг и внесении слушателем оплаты.

Освоение дополнительных профессиональных образовательных программ завершается итоговой аттестацией обучающихся в форме зачета.

Лицам, успешно освоившим соответствующую дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаются документы о квалификации: удостоверение о повышении квалификации.

Нормативные документы, используемые для разработки программы

- Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 25.11.2013) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014)
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам"

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Область применения.

Настоящая программа повышения квалификации «SMM. Продвижение в социальных сетях» устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям слушателя и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

2. Цели освоения дисциплины.

Целями освоения дисциплины являются:

- дать целостное представление о маркетинговых инструментах продвижения в социальных сетях;
- дать практические навыки применения инструментов продвижения в социальных сетях.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

Знать:

- целевую аудиторию, определение позиционирования и сегментирования;
- показатели эффективности рекламной компании в социальных сетях;
- инструменты интернет – маркетинга в социальных сетях.

Уметь в пяти самых популярных социальных сетях:

- эффективно позиционировать и свой товар;
- работать с показателями эффективности рекламной кампании;
- регистрировать и оформлять сообщества;
- продвигать проекты в ВКонтакте, Telegram, Facebook, Instagram и Яндекс Дзене;
- проводить конкурсы и опросы;
- разрабатывать стратегии таргетирования показа рекламных объявлений.

Портфолио выпускников данной программы содержит более 10 интерактивных работ, в том числе:

- 6 реальных кейсов, включающих в себя анализ факторов продвижения продукта, конкурентов, список источников трафика, концепции email-рассылок и рекламных трейд-маркетинговых акций
- 5 аудитов проектов в рамках SEO-продвижения ассортимента продукции, сайта и сообществ в социальной сети ВКонтакте, каналов на платформах Дзен и Телеграм
- 3 формата визуального стиля для различных моделей продвижения в социальных сетях
- 3 стратегии продвижения, включающие 20 самых известных инструментов интернет-маркетинга с учетом целевой аудитории и конкурентов
- актуальные креативы для таргетированной, контекстной рекламы и объявления для оперативного запуска рекламных кампании

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Общие требования к организации образовательного процесса

- Образовательный процесс предусматривает следующие виды и формы учебных занятий: лекции, практические и семинарские занятия в форме видеозанятий в записи, выполнение самостоятельной работы, выполнение аттестационной работы.
- Изучение каждого раздела программы имеет практическую направленность и предполагает решение задач, предусматривающих приобретение слушателями конкретных профессиональных умений и навыков.
- Обязательные лекционные и практические занятия проводятся с применением телекоммуникационных и облачных сервисов, электронной информационно-образовательной среды.
- Программа реализуется в условиях электронного обучения, описанного в Федеральном законе от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими, высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Преподаватели специальных дисциплин, должны иметь опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

Учебно-методическое обеспечение образовательного процесса

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы обеспечивается наличием:

- доступа у каждого слушателя к информационным ресурсам, по содержанию соответствующим полному перечню дисциплин курса;
- учебно-методических, методических пособий, разработок и рекомендаций по всем дисциплинам и по всем видам занятий;
- практических заданий;
- наглядных пособий, презентаций по темам, раздаточных материалов, аудио-, видео- и мультимедийных материалов.

В образовательном процессе используются законодательные акты, нормативные документы и материалы профессионально ориентированных периодических изданий.

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Образовательное учреждение, реализующее дополнительную профессиональную образовательную программу, должно располагать материально-технической базой, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам.

Для проведения занятий необходимы электронная информационно-образовательная среда, система телеконференцсвязи.

Для работы в системе слушателю выделяется логин и пароль. Рабочее место слушателя должно быть оснащено компьютером с подключением к сети Интернет.

В системе дистанционного обучения выставляются основные учебно-методические материалы по программе. Проводится индивидуальное тестирование, размещаются выполненные слушателями задания для самостоятельной работы. На вебинарах организуется обмен опытом по актуальным вопросам программы, проводятся консультации.

Реализация программы дисциплины в заочной форме с применением дистанционных образовательных технологий требует дополнительно наличия учебного кабинета. Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя (стол, стул);
- шкафы и стеллажи для хранения учебно-методических материалов;
- учебно-методический комплекс дисциплины;
- бланки документации.

Технические средства обучения: ноутбук, мультимедиапроектор.

Контроль знаний

Контроль знаний проводится в конце изучения программы для оценки результатов освоения тем программы. Диагностика проводится в форме оценки выполнения обучающимся практических домашних заданий, написании проектной работы.

По темам, включенным в учебный план образовательного учреждения, выставляется итоговая оценка в форме «зачета».

Итоговый контроль производится в соответствии со шкалой:

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений, отметка
100 - 70%	ЗАЧЕТ
69- 0%	НЕЗАЧ ЕТ

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧУДПО «ЭмМенеджмент»
_____ Тимофеева И.А.
«__» _____ 2022 г.
Приказ № __ от __. __. 2022 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации

«SMM. Продвижение в социальных сетях»

Форма обучения: дистанционная

Длительность обучения: 38 академических часов

Минимальный уровень образования: средне-специальное образование

№	Наименование раздела	Всего часов	В том числе, часов		Форма контроля
			Видеолекции	Практическая самостоятельная работа	
1	Секреты эффективного продвижения в соцсетях: стартуйте с нуля!	6	4	2	
2	Визуальный стиль, который продает: как сделать свои соцсети привлекательными	3	1	2	
4	Продвижение в «ВКонтакте». Как раскрыть потенциал своей страницы	9,5	4,5	5	
3	Как использовать Telegram для увеличения продаж и охвата	10	5	5	
5	Как вести успешный канал в Яндекс Дзен: от идеи до реализации!	5	2	3	
6	Как продвигать бренд в Instagram	4,5	2,5	2	
7	Продвижение в Facebook как мощный инструмент бизнеса	5	3	2	
8	Проектная работа «Продвижение в социальных сетях от нуля до результата»	7		7	
	ИТОГО:	50	22	28	

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	Учебные занятия, в т.ч.		Форма контроля
			Видео лекции	Практическая самостоятельная работа слушателя	
1	Секреты эффективного продвижения в соцсетях: стартуйте с нуля!	6	4	2	
	<p>Что и зачем продвигать. Как анализировать конкурентов. Используем Метрику «Вовлеченность пользователей». Рассматриваем сервисы для анализа показателей, сервис JagaJam.. Проводим анализ механик на вовлечение пользователей и продвижение в социальных сетях ВКонтакте /Facebook. Ищем и фиксируем идеи для интересного контента. Создаем календарь инфоповодов.</p> <p>Практика: создаем стратегию продвижения бизнеса в социальных сетях. 3 варианта стратегий для разных видов бизнеса</p>	6	4	2	
2	Визуальный стиль, который продает: как сделать свои соцсети привлекательными	3	1	2	
	<p>Учимся разрабатывать визуальную концепцию с учетом целевой аудитории, ценности бренда и трендов. Для создания визуальных акцентов подбираем цвета и графические элементы. Учимся подбирать шрифты. Познакомимся, как сэкономить время и повысить творческий потенциал при помощи сервиса CANVA</p> <p>Практика: определяем целевую аудиторию, подбираем типы контента и создаем контент-стратегию с акцентами для выбранной целевой аудитории и аватара клиента. Создаем акценты на распространении информации об эксперте и его услугах, создании репутации, привлечение целевой аудитории и построение доверительных взаимоотношений.</p> <p>Составляем продающий контент-план на месяц для перехода целевой аудитории в категорию покупателей.</p>	3	1	2	
3	Продвижение в «ВКонтакте». Как раскрыть потенциал своей страницы	9,5	4,5	5	
	<p>Изучаем особенности социальной сети «ВКонтакте» и выявляем ключевые правила и способы эффективного продвижения. Рассматриваем целевую аудиторию: как ее определить и сегментировать для максимального эффекта. Обсуждаем позиционирование в соцсетях и его важность для создания уникального имиджа.</p> <p>Создаем контент-план, который включает</p>	9,5	4,5	5	

	<p>разнообразные типы контента, подходящие для вашей аудитории, и учимся использовать "умную ленту" для повышения вовлеченности.</p> <p>Погружаемся в мир таргетированной рекламы: знакомимся с рекламным кабинетом «ВКонтакте» и изучаем, как создавать привлекательные рекламные посты.</p> <p>Анализируем успешные примеры рекламных кампаний, чтобы понять, какие элементы работают лучше всего. Изучаем инструменты для сбора и работы с целевой аудиторией, такие как Церебро Таргет и TARGETHUNTER, чтобы оптимизировать ваши рекламные усилия и повысить эффективность взаимодействия с потенциальными клиентами.</p> <p>Практика: создаем сообщество ВКонтакте, наполняем и создаем посты, настраиваем рекламу. Создаем майнд-карту по сбору целевой аудитории при помощи TARGETHUNTER</p>				
4	Как использовать Telegram для увеличения продаж и охвата	10	5	5	
	<p>Разбираемся со спецификой Telegram. Изучаем форматы каналов и популярные темы. Учимся смотреть и анализировать статистику аудитории в Telegram. Узнаем, как анализировать конкурентов в Telegram, какие есть сервисы для анализа статистики конкурентов.</p> <p>Создание и ведение канала. Боты в Telegram. Как раскрутить канал в Telegram. 5 бесплатных и ТОП 3 платных способов, которые работают.</p> <p>Практика: создаём канал в Telegram. Настраиваем инструменты для взаимодействия с аудиторией: комментарии, чаты, ботов. Упаковываем телеграм-канал для организации/магазина/эксперта.</p>	10	5	5	
5	Как вести успешный канал в Яндекс Дзен: от идеи до реализации!	5	2	3	
	<p>- Обсуждаем преимущества ведения канала и его влияние на аудиторию. Упрощаем процесс регистрации и настройки профиля. Применяем рекомендации по оформлению канала для привлечения читателей.</p> <p>Изучаем, как работает алгоритм рекомендаций, отслеживаем влияние читательских предпочтений на видимость контента.</p> <p>Для привлечения целевой аудитории анализируем, как выявить интересы и потребности читателей.</p> <p>Учимся сегментировать аудиторию для более точного таргетинга. Проводим обзор актуальных тем и форматов контента.</p> <p>Учимся как выбрать нишу, соответствующую вашему стилю и интересам аудитории.</p> <p>Собираем идеи для публикаций с учетом интересов читателей. Создаём контент-календаря для систематизации публикаций.</p> <p>Рассматриваем различные форматы: текст, видео, изображения и их комбинации.</p>	5	2	3	

	<p>Определяем время и частоту публикаций для максимального охвата, применяем актуальные способы взаимодействия с аудиторией и повышения её вовлеченности.</p> <p>Учимся анализировать успех вашего канала с помощью доступных метрик; использовать статистику для оптимизации контента и стратегии продвижения.</p> <p>Практика: создать канал, используя возможности алгоритма Яндекс-Дзен, заполнить информацию, разместить одну публикацию и прописать стратегию продвижения канала для успешного бизнеса.</p>				
6	Как продвигать бренд в Instagram	4,5	2,5	2	
	<p>Изучаем Instagrammable продукт. Создаём привлекательные аккаунты, оформляя их в соответствии с современными трендами. Разрабатываем уникальные концепции контента, которые будут привлекать внимание аудитории. Планируем стратегию постинга, выбирая оптимальное время и частоту публикаций. Изучаем и создаем различные типы контента: фотографии, видео, истории и Reels, чтобы разнообразить свой профиль.</p> <p>Учимся использовать инструменты продвижения в Instagram, включая хештеги и геотеги, для увеличения охвата; взаимодействовать с аудиторией, отвечая на комментарии и сообщения, чтобы строить доверительные отношения.</p> <p>Анализируем платные охваты и рекламные кампании для повышения эффективности продвижения.</p> <p>Применяем бот Easyprbot для поиска аккаунтов и их статистики, чтобы оптимизировать свою стратегию.</p> <p>Изучаем рекламные возможности Instagram, включая таргетированную рекламу и сотрудничество с блогерами.</p> <p>Отрабатываем основы работы алгоритма Instagram, чтобы адаптировать контент под требования платформы.</p> <p>Практика: создаем аккаунт и концепцию вашего канала, включая название, логотип и описание. Пропишите 5 метрик, как ваш бренд будет</p>	4,5	2,5	2	

	выделяться среди конкурентов и какие ценности вы хотите донести до своей аудитории.				
7	Продвижение в Facebook как мощный инструмент бизнеса	4,5	2,5	2	
	<p>Изучаем базовые концепции работы Facebook и его алгоритмы. Создаем бизнес-страницы, оформляя их в соответствии с целями и аудиторией. Анализируем статистику социальных сетей, чтобы понять поведение пользователей.</p> <p>Просчитываем затраты на рекламу и оцениваем их эффективность. Обсуждаем различные виды рекламы и их особенности. Изучаем рекламный кабинет Facebook, знакомясь с его функционалом. Настраиваем рекламу в рекламном кабинете, выбирая целевую аудиторию и параметры кампании. Применяем теоретические знания на практике, создавая реальные рекламные кампании. Оцениваем результаты проведенных кампаний, анализируя успешность и выявляя области для улучшения.</p> <p>Делимся примерами реальных рекламных кампаний, чтобы понять их структуру и подходы.</p> <p>Практика: создаем аккаунт, публикуем материалы используя не менее 3-х разнообразных форматов: текст, фото, видео и опросы. Определите, как каждый пост будет способствовать развитию вашего бизнеса и вовлечению аудитории.</p>	4,5	2,5	2	
8	Проектная работа «Продвижение в социальных сетях от нуля до результата»	7		7	Оценка
	ИТОГО	50	22	28	

6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

_____ И.А. Тимофеева
Приказ № ___ от __» _____ 2022 г.

№	Наименование дисциплин, разделов	1	2	3	4	4
		неде ля	неде ля	неде ля	неде ля	неде ля
1	Секреты эффективного продвижения в соцсетях: стартуйте с нуля!	6				
2	Визуальный стиль, который продает: как сделать свои соцсети привлекательными	3				
3	Продвижение в «ВКонтакте». Как раскрыть потенциал своей страницы		9,5			
4	Как использовать Telegram для увеличения продаж и охвата			10		
	Как вести успешный канал в Яндекс Дзен: от идеи до реализации!			2	3	
4	Как продвигать бренд в Instagram				4,5	
5	Продвижение в Facebook как мощный инструмент бизнеса				3	2
8	Проектная работа «Продвижение в социальных сетях от нуля до результата»					7
	Итого: 50 часов	9	9,5	12	10,5	9

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1. SMM Раздаточный материал
2. Яндекс Дзен