

**Частное образовательное учреждение дополнительного
профессионального образования**

«Учебный центр «Кадровик ИНФО»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧОУ ДПО



«Учебный центр «Кадровик ИНФО»

О.В. Купцова

«01» ноября 2018 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Основы SMM»

г. Кстово

2018 г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель обучения - повышение квалификации и проверки знаний (аттестации) маркетологов, менеджеров по развитию, администраторов социальных сетей, а также лиц желающих освоить с «нуля» профессию SMM-специалиста.

Задачи обучения:

- ознакомить с основами и терминологией классического маркетинга и Social Media, способами сбора данных, их обработки и аналитики;
- дать представление о принципах оформления бизнес-аккаунтов, анализу целевой аудитории и конкурентов;
- научиться созданию уникального торгового предложения и разработке стратегии присутствия компании в социальных сетях;
- обучиться созданию разного вида контента и освоить навыки копирайтинга;
- освоить продвижение в социальных сетях и комьюнити-менеджмент;
- научиться созданию медиаплана рекламной кампании и бюджетированию.

Планируемые результаты освоения программы

По окончании обучения по курсу «Основы SMM» SMM - специалист будет:

знать

- основы маркетинга, аналитики и сбора данных;
- основы и принципы работы социальных сетей на базе социальной сети ВКонтакте, с проекцией на другие социальные сети и мессенджеры;
- состав и структуру планирования и бюджетирования рекламных компаний в социальных сетях;

владеть

- методами изучения рынка, конкурентов, целевой аудитории с выявлением ее потребностей;
- методикой составления медиаплана;
- инструментами продвижения бизнес-аккаунтов в социальной сети;
- методами оценки эффективности (KPI) рекламных кампаний в соцсетях;

уметь

- создавать и грамотно оформлять продающие аккаунты в соцсетях;
- определять и использовать необходимые инструменты продвижения, доступные в конкретных социальных сетях под задачи рекламной кампании;
- пользоваться рекламным кабинетом и запускать таргетированную рекламу;
- формировать работающий контент для конкретной задачи;
- создавать уникальные торговые предложения (УТП).

Объем программы

Продолжительность обучения (теоретическая подготовка) – 28 часов.

Практическая часть – 32 часа.

Актуальность программы

Маркетинг в социальных сетях (SMM) в наши дни является одним из самых перспективных и стремительно развивающихся направлений продвижения и раскрутки как бизнеса, так и личного бренда. Специалисты в данной области весьма востребованы, однако им крайне важно обладать профильными знаниями и навыками, а также регулярно их актуализировать ввиду быстрых изменений отрасли, постоянного ее развития и совершенствования.

Организационно-педагогические условия

Образовательный процесс может осуществляться в течение всего календарного года по мере комплектования группы. Занятия проводятся в аудитории с применением мультимедийного оборудования, технических и электронных средств обучения, презентационных материалов.

Форма обучения – очная.

Требования к уровню квалификации поступающего на обучение

Курс предназначен для широкого круга специалистов, как для опытных пользователей, так и для начинающих. Никаких специальных знаний и навыков, за исключением умения пользоваться персональным компьютером, не понадобится.

Формы аттестации

По окончании обучения предусмотрена процедура итогового тестирования. Также по окончании обучения каждого раздела проводится промежуточная аттестация в форме собеседования.

Документ, выдаваемый после завершения обучения

Лицам, прошедшим полный курс обучения и успешно сдавшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение установленного образца.

Календарный учебный график

Обучение проходит по мере комплектования группы в течение всего года.

Неделя	1	2	3	4	5	6
Кол-во часов	12	12	12	8/К	12	4/ИА

Обозначения: К – каникулы, ИА – итоговая аттестация

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

**программы повышения квалификации
«Основы SMM»**

Цель - Повышение квалификации специалистов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Категория слушателей - маркетологи, менеджеры по развитию, администраторы социальных сетей, а также лица желающих освоить с «нуля» профессию SMM-специалиста

Срок обучения - 60 часов.

Форма обучения - очная

№ п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе		Промежуточная аттестация
			Теоретические занятия	Практические занятия	
1	Основы маркетинга.	4	4		
1.1	Основы классического маркетинга	1,5	1,5		
1.2	Терминология	1	1		
1.3	Способы сбора данных, их обработки и аналитики	1,5	1,5		Собеседование
2	Основы Social Media.	10	4	6	
2.1	Основы Social Media	1	1		
2.2	Терминология	1	1		
2.3	Виды соцсетей и их особенности	2	1	1	
2.4	Возможности соцсетей для бизнеса	2	0,5	1,5	
2.5	Принципы оформления бизнес-аккаунтов	2	0,5	1,5	
2.6	Анализ личных бизнес-аккаунтов и аккаунтов конкурентов	2		2	Собеседование
3	Целевая аудитория – кто они?	8	2,5	5,5	
3.1	Анализ ЦА и конкурентов	2,5	1	1,5	
3.2	Создание УТП	1,5	0,5	1	
3.3	Разработка стратегии присутствия в соцсетях	2	0,5	1,5	
3.4	Подбор площадок с высокой	2	0,5	1,5	Собеседование

	концентрацией ЦА				
4	Правильный контент	8	2,5	5,5	
4.1	Создание вовлекающего и продающего контента	2,5	1	1,5	
4.2	Основы копирайтинга	1,5	0,5	1	
4.3	Визуальный контент	2,5	0,5	2	
4.4	Создание шаблона	1,5	0,5	1	Собеседование
5	Написание текстов в формате разных соцсетей.	10	4	6	
5.1	Написание текстов в формате разных соцсетей	2	1	1	
5.2	Создание графики для постов, оформление поста	3	1	2	
5.3	Составление контент-плана	3	1	2	
5.4	Создание креативной стратегии	2	1	1	Собеседование
6	Продвижение в социальных сетях.	6	2	4	
6.1	Продвижение в социальных сетях	1,5	0,5	1	
6.2	Основы таргетированной рекламы	1,5	0,5	1	
6.3	Ретаргетинг и парсинг аудиторий в соцсетях	1,5	0,5	1	
6.4	Лидогенерация	1,5	0,5	1	Собеседование
7	Лояльность аудитории.	8	4	4	
7.1	Формирование лояльности аудитории	1	0,5	0,5	
7.2	Разработка правил поведения в сообществе	1	0,5	0,5	
7.3	Работа с лидерами мнений	1	0,5	0,5	

7.4	Обработка позитивных и негативных сообщений	1	0,5	0,5	
7.5	Работа с репутацией	2	1	1	
7.6	Комьюнити-менеджмент	2	1	1	Собеседование
8	Медиаплана рекламной кампании.	6	2	4	
8.1	Создание медиаплана рекламной кампании	2	1	1	
8.2	Постановка целей	2	1	1	
8.3	KPI и бюджетирование.	2		2	Собеседование
9	Итоговая аттестация				Экзамен
10	ИТОГО	60	25	35	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

1. Основы маркетинга.

- Основы классического маркетинга
- Терминология
- Способы сбора данных, их обработки и аналитики

2. Основы Social Media.

- Основы Social Media
- Терминология
- Виды соцсетей и их особенности
- Возможности соцсетей для бизнеса
- Принципы оформления бизнес-аккаунтов
- Анализ личных бизнес-аккаунтов и аккаунтов конкурентов

3. Целевая аудитория – кто они?

- Анализ ЦА и конкурентов
- Создание УТП
- Разработка стратегии присутствия в соцсетях
- Подбор площадок с высокой концентрацией ЦА

4. Правильный контент

- Создание вовлекающего и продающего контента
- Основы копирайтинга
- Визуальный контент
- Создание шаблона

5. Написание текстов в формате разных соцсетей.

- Написание текстов в формате разных соцсетей
- Создание графики для постов, оформление поста
- Составление контент-плана
- Создание креативной стратегии

6. Продвижение в социальных сетях.

- Продвижение в социальных сетях
- Основы таргетированной рекламы
- Ретаргетинг и парсинг аудиторий в соцсетях
- Лидогенерация

7. Лояльность аудитории.

- Формирование лояльности аудитории
- Разработка правил поведения в сообществе
- Работа с лидерами мнений
- Обработка позитивных и негативных сообщений
- Работа с репутацией
- Комьюнити-менеджмент

8. Медиаплана рекламной кампании.

- Создание медиаплана рекламной кампании
- Постановка целей
- КРІ и бюджетирование.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Примерные вопросы к итоговой аттестации:

1. Задачи маркетинга в социальных медиа
2. Разработка стратегии маркетинга в социальных медиа
3. Особенности продвижения в социальной сети ВКонтакте (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
4. Особенности продвижения в социальной сети Facebook (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
5. Особенности продвижения в социальной сети ОК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
6. Особенности продвижения в социальной сети Twitter (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
7. Системы веб-аналитики и мониторинга социальных медиа
8. Особенности поведения потребителей в социальных медиа
9. Планирование маркетингового исследования в социальных медиа
10. Ключевые метрики маркетинга в социальных медиа
11. Работа с негативом в социальных медиа
12. Оценка эффективности маркетинга в социальных медиа

Список рекомендуемой литературы

1. «Основы маркетинга. Краткий курс», Филипп Котлер, издательство Альпина Паблишер, 2017 г.
2. «Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер», Филипп Котлер, издательство Альпина Паблишер, 2018 г.
3. «Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст», Ильяхов Максим, Сарычева Людмила, издательство Альпина Паблишер, 2018 г.
4. «Instagram. Секреты успеха», Екатерина Уварова, Евгений Якимов, издательство АСТ, 2018 г.

Нормативно-правовая база

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) "О средствах массовой информации"
2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
3. Правоустанавливающий пакет документов и пользовательских соглашений Вконтакте, Instagram, Facebook, Одноклассники и другие соцсети и мессенджеры. Документы доступны по открытым ссылкам на главных страницах сайтов.