

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
И.А. Кузнецова

(подпись)

«16» января 2024 г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

программа повышения квалификации

«ТЕХНОЛОГИИ SMM»

для лиц, имеющих высшее и/или среднее профессиональное образование

*Программа разработана с учетом требований профессиональных стандартов
Специалист по интернет-маркетингу (Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N
95н); Маркетолог (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г.
N 366н); Специалист по информационным ресурсам (Приказ Минтруда России от 19 июля
2022 г. № 420н).*

144 академических часа

Форма обучения: очно-заочная, с применением исключительно электронного обучения,
дистанционных образовательных технологий

Ярославль 2024

АННОТАЦИЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Технологии SMM» направлена на формирование у слушателей общепрофессиональных компетенций в области маркетинга в социальных сетях и комьюнити-менеджмента в части анализа конкурентов, кабинетного и полевого исследований целевой аудитории, формирования контент-стратегии и непосредственно разработки контента под интересы потребителей, а также дальнейшей работы по объединению привлечённых пользователей в сообщества.

Программа разработана с учетом квалификационных требований к должностям менеджера по рекламе и менеджера по связям с общественностью (Постановление Минтруда России от 21 августа 1998 г. N 37 "Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях", подраздел "Должности руководителей, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях"),

а также требований:

- профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу (Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N 95н);
- профессионального стандарта Специалист по информационным ресурсам (Приказ Минтруда России от 19 июля 2022 года N 420н).

В результате обучения выпускник будет способен:

проводить анализ конкурентов в социальных сетях для выявления их позитивного и негативного опыта online-взаимодействия с аудиторией;

определять необходимые для продвижения продукта характеристики клиента при помощи специальных инструментов для исследования целевой аудитории (персональные характеристики, метод персон, метод Шеррингтона, карта эмпатии);

применять модели потребительского поведения для разработки эффективных рекламных сообщений для целевой аудитории организации с учётом портрета целевого клиента;

формировать контент-стратегию компании для привлечения и удержания выбранных целевых сегментов;

размещать рекламные сообщения на аккаунтах компании в социальных сетях ВКонтакте и Telegram;

эффективно обрабатывать комментарии пользователей, в том числе, в части снижения негативных реакций;

настраивать и запускать таргетированную рекламу в рекламном кабинете социальной сети ВКонтакте;

отслеживать эффективность таргетированной рекламы при помощи специальных метрик.

Требования к слушателям: высшее или среднее профессиональное образование.

Объем программы: 144 ак. часа, с учетом всех видов учебной нагрузки.

Срок реализации программы: 6 недель, в соответствии с календарным графиком.

Форма обучения: очно-заочная, с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают *удостоверение о повышении квалификации установленного образца.*

1. Общие сведения

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации (ДПП ПК) «Технологии SMM» устанавливает требования к результатам обучения, определяет содержание и виды учебных занятий и контроля результатов обучающихся.

ДПП ПК предназначена для преподавателей, и лиц, осваивающих образовательную программу (слушателей).

ДПП ПК реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий: онлайн-курса в LMS Odin.

Используемый при реализации онлайн-курса «Технологии SMM» содержит учебные и контрольно-измерительные материалы, необходимые для осуществления мероприятий промежуточного и итогового контроля и достижения всех запланированных результатов обучения. Учебные материалы включают:

- видеозаписи лекций по всем темам программы,
- видеозаписи практических занятий с примерами решаемых заданий,
- текстовые и презентационные материалы по всем темам программы,
- тестовые задания, обеспечивающие использование средств автоматизированного контроля,
- материалы для самостоятельного изучения.

Реализация программы сопровождается проведением очных (синхронных) занятий с преподавателем в режиме вебинаров (обзорные лекции по основным темам, консультации по разработке проекта) в объеме не менее 2 ак. часов в неделю в соответствии с расписанием.

2. Цели и результаты освоения программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Технологии SMM» направлена на формирование у слушателей общепрофессиональных компетенций в области маркетинга в социальных сетях и комьюнити-менеджмента в части кабинетного и полевого исследований целевой аудитории, формирования контент-стратегии и непосредственно разработки контента под её интересы, а также дальнейшей работы по объединению привлечённых пользователей в сообщества.

Программа разработана с учетом:

квалификационных требований к должностям менеджера по рекламе и менеджера по связям с общественностью (Постановление Минтруда России от 21 августа 1998 г. N 37 "Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях", подраздел "Должности руководителей, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях"),

а также требований:

профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу (Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N 95н);

профессионального стандарта Специалист по информационным ресурсам (Приказ Минтруда России от 19 июля 2022 года N 420н).

Целью программы является **совершенствование профессиональных компетенций**, необходимых, в частности, для осуществления следующих трудовых функций работников интернет-маркетинга в соответствии с профессиональными стандартами:

Наименование профессионального стандарта	Уровень квалификации	Трудовая функция	Трудовые действия
Специалист по интернет-маркетингу	4	В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения	Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети

	4	В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе
Специалист по информационным ресурсам	5	В/01.5 Поиск информации по тематике сайта	Выявление потенциальных источников информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)
	5	В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	Составление кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах
	5	В/05.5 Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	Обработка комментариев пользователей, подготовка оперативных ответов или поручение этой задачи сотрудникам организации Модерирование сообщений и комментариев пользователей Повышение посещаемости, снижение негативных реакций, поддержание дружелюбной тональности в комментариях к официальным сообщениям организации

В результате обучения выпускник будет способен:

Проводить анализ конкурентов в социальных сетях для выявления их позитивного и негативного опыта online-взаимодействия с аудиторией;

Определять необходимые для продвижения продукта характеристики клиента при помощи специальных инструментов для исследования целевой аудитории (персональные характеристики, метод персон, метод Шеррингтона, карта эмпатии);

Применять модели потребительского поведения для разработки эффективных рекламных сообщений для целевой аудитории организации с учётом портрета целевого клиента;

Формировать контент-стратегию компании для привлечения и удержания выбранных целевых сегментов;

Размещать рекламные сообщения на аккаунтах компании в социальных сетях ВКонтакте и Telegram;

Эффективно обрабатывать комментарии пользователей, в том числе, в части снижения негативных реакций;

Настраивать и запускать таргетированную рекламу в рекламном кабинете социальной сети ВКонтакте;

Отслеживать эффективность таргетированной рекламы при помощи специальных метрик;

Слушатель должен знать

Типы контента в социальных сетях

Модели для написания продающих постов в социальных сетях

Инструменты для планирования контента

Дополнительные сервисы для работы с контентом

Сервисы для разработки и редактирования статичного визуального контента.

Основы комьюнити-менеджмента
 Программное обеспечение комьюнити-менеджера
Слушатель должен уметь
 Анализировать целевую аудиторию компании
 Планировать реализацию SMM-стратегии
 Разрабатывать текстовый контент для социальных сетей
 Разрабатывать визуальный контент для социальных сетей
 Работать с онлайн-аудиторией
 Запускать таргетированную рекламу ВКонтакте
 Создавать, настраивать и наполнять telegram-канал.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают **удостоверение о повышении квалификации установленного образца.**

Нормативно-правовая база программы

Программа разработана с учетом требований:

Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 года № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 года № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»;

Профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу. Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N 95н;

Профессионального стандарта Специалист по информационным ресурсам. Приказ Минтруда России от 19 июля 2022 года N 420н.

Требования к слушателям. Высшее или среднее профессиональное образование.

Объем программы: 144 ак.часа, с учетом всех видов учебной нагрузки.

Срок реализации программы: 6 недель, в соответствии с календарным графиком.

Форма обучения: очно-заочная, с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Учебный план

«Технологии SMM», 144 ак.часа

№	Наименование тем, разделов	Всего ак. часов	В том числе			Форма контроля результатов освоения
			Лекции	Практические занятия	СР	
1	Модуль 1. Введение в SMM	13	3	4	6	
1.1	Тема 1.1. Что такое SMM	6	2		4	
1.2	Тема 1.2. Почему SMM нужен бизнесу	7	1	4	2	
2	Модуль 2. Разработка SMM-стратегии	22	5	7	10	практическое задание
2.1	Тема 2.1. Знакомство с понятием SMM-стратегии	3	1		2	
2.2	Тема 2.2. Первые шаги к построению SMM-стратегии	5	1	2	2	
2.3	Тема 2.3. Конкурентный анализ	4	1	1	2	
2.4	Тема 2.4. Анализ целевой аудитории компании	5	1	2	2	

2.5	Тема 2.5. Планирование реализации SMM-стратегии	5	1	2	2	
3	Модуль 3. Разработка текстового контента для социальных сетей	28	6	8	14	практическое задание
3.1	Тема 3.1. Уникальное торговое предложение, которое привлекает	4	1	1	2	
3.2	Тема 3.2. Типы контента в социальных сетях	4	1	1	2	
3.3	Тема 3.3. Модели для написания продающих постов в социальных сетях	6	1	2	3	
3.4	Тема 3.4. Инструменты для планирования контента	6	1	2	3	
3.5	Тема 3.5. Дополнительные сервисы для работы с контентом	5	1	2	2	
3.6	Тема 3.6. Фактчекинг как фундамент лояльности аудитории	3	1		2	
4	Модуль 4. Разработка визуального контента для социальных сетей	14	3	7	4	тест
4.1	Тема 4.1. Введение в визуальный контент	4	1	1	2	
4.2	Тема 4.2. Сервисы для разработки и редактирования статичного визуального контента.	3	1	2	2	
4.3	Тема 4.3. Разработка и редактирование динамического визуального контента в Sura	7	1	4	2	
5	Модуль 5 Основы комьюнити-менеджмента	15	4	3	8	тест
5.1	Тема 5.1. Введение в комьюнити-менеджмент	4	1	1	2	
5.2	Тема 5.2. Этапы построения сообщества	3	1		2	
5.3	Тема 5.3. Работа с онлайн-аудиторией	4	1	1	2	
5.4	Тема 5.4. Программное обеспечение комьюнити-менеджера	4	1	1	2	
6	Модуль 6. Продвижение ВКонтакте	18	4	5	9	
6.1	Тема 6.1. Знакомство с ВКонтакте	5	1	1	3	
6.2	Тема 6.2. Настройка сообщества ВКонтакте	5	1	2	2	
6.3	Тема 6.3. Запуск таргетированной рекламы ВКонтакте	5	1	2	2	
6.4	Тема 6.4. Маркировка рекламы (№347-ФЗ)	3	1		2	
7	Модуль 7. Продвижение в Telegram	16	3	6	7	
7.1	Тема 7.1. Знакомство с Telegram	6	1	2	3	
7.2	Тема 7.2. Создание, настройка и наполнение telegram-канала	5	1	2	2	
7.3	Тема 7.3. Продвижение telegram-канала	5	1	2	2	
8.	Разработка проекта	14			14	
9.	Итоговая аттестация	4		4		<i>защита проекта</i>
	Всего часов	144	28	44	72	