

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
филиал Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования «Уфимский университет науки и
технологии» в г. Кумертау

Отделение дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
УУНиТ в г.Кумертау
А.Р.Фахруллина
« » 20__ г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
(ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ) ПРОГРАММА
«СММ-специалист. Основы профессии»**

Трудоемкость программы – 24 часа
Форма обучения – очно - заочная

Программа рассмотрена на заседании ученого совета филиала УУНиТ в г. Кумертау
комиссией по учебной деятельности, протокол № 1 от 01.12.22 г.

Председатель комиссии по учебной деятельности  Ерофеев А.В.

г. Кумертау, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Новизна данной образовательной программы	4
3. Общая характеристика программы «СММ-специалист. Основы профессии»	4
4. Результаты освоения программы «СММ-специалист. Основы профессии»	7
5. Тематический план	7
6. Руководитель и составитель программы	8
7. Список литературы	8

1. Пояснительная записка

На сегодняшний день социальные сети, в том числе и Инстаграм, становятся неотъемлемой частью жизни практически каждого человека. Общение, знакомства, бизнес, продажи и многое другое ведется через Инстаграм. Для того, чтобы грамотно вести в нем профили, выстраивать стратегию развития аккаунтов, а также монетизировать услуги и продукты, важно применять услуги в сфере СММ. Поэтому знания и умения в данной области необходимы для продвижения аккаунтов в Инстаграм.

СММ-продвижение необходимо в различных областях, например, промышленность; медицина; архитектура и дизайн; компьютерные игры и кинематограф; реклама и маркетинг и в других бизнесах и сферах человеческой деятельности.

В результате изучения курса слушатели смогут приобрести знания, умения и навыки в следующих областях:

- брифование клиента;
- аудит (разбор) профиля;
- составление смм-стратегии;
- анализ целевой аудитории;
- анализ конкурентов;
- платные и бесплатные методы продвижения;
- копирайтинг;
- сторимейкинг;
- таргетированная реклама;
- поиск клиентов.

Методический подход к изучению данного курса предполагает целенаправленное самостоятельное и совместное обучение в группе, направляемое и контролируемое преподавателями.

Оптимальной для данного учебного курса является очно-заочная форма организации учебного процесса.

Очно-заочное обучение требует непосредственного присутствия слушателей на занятии и является наиболее распространенной формой организации занятий с использованием традиционных методов подачи материала – лекций и практических занятий.

В рамках обучения предусматривается использование телефона, планшета, ИКТ и других технических средств.

Количество слушателей очно-заочной формы обучения не должно превышать 12-15 человек на одном занятии.

Каждый слушатель курса должен иметь доступ к компьютеру/ телефону в течение всего времени обучения (включая выполнение домашних заданий).

Для демонстрации материала на лекционных занятиях необходим мультимедийный проектор.

Программа «СММ-специалист. Основы профессии» рассчитана на 24 учебных (лекционных, практических) часа и предназначена для обучающихся, имеющих среднее (полное) общее образование.

Целью является подготовка слушателей к эффективному использованию СММ навыков в продвижении и ведение Инстаграм-аккаунтов. Программа является развитием у обучающихся личностных качеств, практических навыков в области интернет-маркетинга. При этом формулировка целей общеобразовательной (общеразвивающей) программы, как в области воспитания, так и в области обучения, дается с учетом характеристики групп обучающихся, а также потребностей рынка труда.

Настоящая программа направлена на решение следующих **задач**:

- сформировать навыки, направленные на узнаваемость бренда.
- сформировать навыки, направленные на увеличение активности аудитории;
- сформировать навыки в области анализа смм-стратегии;

- сформировать навыки, направленные на увеличение рост продаж;
- сформировать навыки в области продвижения в Инстаграм.

В процессе обучения слушатели должны освоить работу в Инстаграм и Facebook (рекламный кабинет).

По окончании программы ученик приобретает следующие знания и умения:

- брифование клиента;
- аудит профиля;
- упаковка профиля;
- копирайтинг;
- визуал;
- составление смм-стратегии;
- настройка и запуск рекламных кампаний;
- анализ КРІ;
- анализ целевой аудитории;
- анализ конкурентов и т.д.

2. Новизна данной образовательной программы

Новизна заключается в синтезе технических навыков и эстетических знаний, развитии творческих способностей, расширении их кругозора. Педагогическая целесообразность программы заключается в том, что позволяет слушателям научиться профессиональным практическим приёмам работы в области маркетинга, получить пользовательские навыки в ведении Инстаграм-аккаунтов, их продвижение, а также составление контент-плана, его наполнение, обработка фотографий, составление креативных и информативных сторис, поиск клиентов, составления структурного текста, запуск рекламы и т.д.

Программа:

- обеспечивает знакомство с основными практическими навыками в сфере интернет-маркетинга;
- охватывает вопросы практического использования полученных знаний при решении возникающих задач;
- допускает возможность варьирования в зависимости от уровня подготовки и интеллектуального уровня слушателей (как группового, так и индивидуального).

Практическая значимость программы заключается в том, что она способствует более успешному овладению знаниями и умениями по направлению «СММ-специалист. Основы профессии» через развитие самостоятельности обучающихся и оптимизацию средств и методов обучения.

3. Общая характеристика программы «СММ-специалист. Основы профессии»

3.1 Основные разделы программы

Введение

Знакомство с основной терминологией в области СММ-профессии. Озвучивается план работы на курсе, основные моменты, которые будут рассматриваться и изучаться во время обучения.

В качестве практической работы выполняется тестирование и ответы на поставленные вопросы.

Составление БРИФА

Теоретические знания: что такое Бриф, для чего он нужен, на что следует обратить внимание при заполнении Брифа, ошибки при заполнении Брифа.

Практическая работа: тестирование, заполнение брифа.

Аудит профиля

Теоретические знания: разбор профиля, выявление основных ошибок при ведении и оформлении аккаунта, составление рекомендаций после проведения аудита профиля.

Практическая работа: заполнение таблицы «Аудит профиля» для определенного профиля, составление рекомендаций.

СММ-стратегия

Теоретические знания: что такое СММ-стратегия, этапы разработки СММ-стратегии, разбор каждого этапа.

Практическая работа: тестирование.

SWOT-анализ

Теоретические знания: что такое SWOT-анализ и его способы проведения для клиента, определение целей и задач клиента.

Практическая работа: тестирование, сделать SWOT-анализ одного из предложенных аккаунтов.

Анализ целевой аудитории

Теоретические знания: что такое анализ целевой аудитории, с чего начать анализ, рассмотрение некоторых парсинг-сервисов, сегмент В2В, сегмент В2С.

Практическая работа: тестирование, выполнить анализ целевой аудитории одного из предложенных аккаунтов.

Анализ конкурентов

Теоретические знания: что такое анализ конкурентов, как делать анализ конкурентов в Инстаграм, кто является прямым конкурентом.

Практическая работа: тестирование, сделать анализ конкурентов выбранной ниши.

Способы продвижения

Теоретические знания: безопасность аккаунта, с чего начинать продвижение аккаунта и как подготовить профиль для продвижения, бесплатные методы продвижения, платные методы продвижения, самые эффективные методы продвижения.

Практическая работа: оформить шапку профиля, подобрать палитру цветов и договориться на взаимный пиар.

Контент

Теоретические знания: что такое контент, основные виды контента, вовлечение аудитории, контент-план, роль фото в контенте, приложения для автопостинга, хэштеги и их классификация.

Практическая работа: составить контент-план на 2 недели (месяц).

Копирайтинг

Теоретические знания: основы копирайтинга, рерайтинг, виды текстов в Инстаграм, правила написания текста постов в Инстаграм.

Практическая работа: найти примеры экспертного, продающего, личного постов. Сделать рерайт представленного текста.

Сторисмейкинг

Теоретические знания: работа в кадре, правила съемки, продвижение в сторис, монтаж видео, идеи для сторис, креативный подход в создании сторис.

Практическая работа: сделать монтаж своего видео по одному из предложенных

примеров.

Фотомейкинг

Теоретические знания: основы успешного визуала в профиле, обработка фотографий, идеи для визуального контента.

Практическая работа: сделать обработку фотографий в одном из предложенных приложений

Создание эффективной таргетированной рекламы

Теоретические знания: что такое таргетированная реклама, что входит в обязанности таргетолога, как подготовить аккаунт для запуска таргета, рекламный кабинет в Facebook.

Практическая работа: тестирование, запуск тестовой рекламы.

Платное продвижение

Теоретические знания: что такое платное продвижение, условия использования платных методов продвижения, UTM-метки, коллаборация с блоггерами.

Практическая работа: тестирование, разработать техническое задания для рекламы у блоггера.

Структурный текст

Теоретические знания: что входит в структурный текст, основные правила написания структурного текста, ошибки.

Практическая работа: написать структурный текст для отправки его клиенту.

Поиск клиентов

Теоретические знания: как найти клиентов, где найти клиентов, с какими клиентами мы не работаем.

Практическая работа: произвести поиск клиентов и отправить им подготовленный структурный текст.

Переговоры

Теоретические знания: как вести клиента, основные ошибки при переговорах с клиентом, как договориться на полное и долгосрочное сотрудничество с клиентом.

Практическая работа: написать скрипт разговора с клиентом, в котором нужно обработать 30 вопросов (возражений) клиента и ваши ответы на них.

3.2 Формы организации учебных занятий

Основной тип занятий - комбинированный, сочетающий в себе элементы теории и практики.

Каждая тема программы сопровождается методическими указаниями. Закрепление знаний проводится с помощью практики отработки умений самостоятельно решать поставленные задачи, соответствующих минимальному уровню планируемых результатов обучения.

Основные задания являются обязательными для выполнения всеми обучающимися.

Выполнение практических заданий способствует активизации учебно-познавательной деятельности и ведет к закреплению знаний, а также служит индикатором успешности образовательного процесса.

Методы организации учебного процесса

При организации занятий по программе «СММ-специалист. Основы профессии» для достижения поставленных целей и решения поставленных задач используются формы проведения занятий с активными методами обучения:

- занятие в форме демонстрации;
- занятие с использованием информационно-коммуникационных технологий;
- занятие в форме частично регламентированного упражнения.

Формы и методы контроля:

- устный опрос;
- практические работы;
- участие в проектной деятельности.

Общая характеристика учебного процесса:

- при изучении программы используются практические работы;
- программа не предусматривает сдачу итогового экзамена.

4. Результаты освоения программы «СММ-специалист. Основы профессии»

В результате освоения данной программы обучающийся *должен знать*:

- что входит в обязанности СММ-специалиста;
- что такое СММ-стратегия;
- что такое бриф для клиента;
- способы продвижения Инстаграм-аккаунтов;
- что такое контент-план;
- что такое SWOT-анализ;
- кто такая целевая аудитория;
- кто такой прямой конкурент;
- что такое копирайтинг;
- что такое рекламный кабинет в Facebook.

Должен уметь:

- брифовать клиента;
- делать разбор профиля клиента на выявление ошибок;
- давать рекомендации по исправлению ошибок при ведении аккаунта;
- делать SWOT-анализ;
- делать анализ конкурентов;
- делать анализ целевой аудитории;
- делать контент-план и заполнять его;
- оформлять визуал профиля;
- привлекать и вовлекать подписчиков;
- снимать и упаковывать сторис;
- применять различные методы продвижения;
- составлять СММ-стратегию развития аккаунта;
- искать клиентов и вести с ними переговоры;
- работать в рекламном кабинете в Facebook.

5. Тематический план

Тип	Тема	Часы
Комбинированное занятие	Что такое СММ	1
Комбинированное занятие	БРИФ	1
Комбинированное занятие	Аудит	1
Комбинированное занятие	СММ-стратегия	1
Комбинированное занятие	SWOT-анализ	1
Комбинированное занятие	Анализ целевой аудитории	2
Комбинированное занятие	Анализ конкурентов	1
Комбинированное занятие	Способы продвижения	2

Комбинированное занятие	Контент	4
Комбинированное занятие	Копирайтинг	2
Комбинированное занятие	Сторимейкинг	1
Комбинированное занятие	Фотомейкинг	1
Комбинированное занятие	Платное продвижение	1
Комбинированное занятие	Создание эффективной таргетированной рекламы	2
Комбинированное занятие	Структурный текст	1
Комбинированное занятие	Поиск клиентов	1
Комбинированное занятие	Переговоры	1

6.Руководитель и составитель программы

Руководитель программы: И.И. Емельянова, преподаватель.

Составитель программы: И.И. Емельянова, преподаватель.

7.Список литературы

1. Томас Кеглер, Пол Доулинг, Бренд Тейлор, Джошуа Тестерман. Реклама и маркетинг в Интернете: Москва, 2016, - 640 с.
2. Сергей Щербаков. Партизанский маркетинг в социальных сетях: СПб., 2016, - 170 с.
3. Роздольская И. В., Осадчая С.М., Лихонин К. В. Инновационные маркетинговые коммуникации: Белгород, 2015, - 248 с.