

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ "ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ "СПЕЦИАЛИСТ" УНЦ ПРИ МГТУ ИМ.
Н.Э. БАУМАНА
(ОЧУ ДПО «СПЕЦИАЛИСТ»)**

123242, город Москва, улица Зоологическая, дом 11, строение 2, этаж 2, помещение №1,
комната №12,

ИНН 7701168244, ОГРН 1127799002990

Утверждаю:

Директор ОЧУ ДПО «Специалист»



/Д.Ю.Звездочкин/

«25» февраля 2019 года

Рабочая программа курса

«Маркетинг и продвижение в социальных сетях (SMM)»

Дополнительной программы профессиональной переподготовки «Руководитель информационного ресурса»

город Москва

Программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам".

В соответствии с программой, проводится с использованием модульного принципа построения учебного плана с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в соответствии с законодательством об образовании.

Программа разработана образовательной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, включает все модули, указанные в учебном плане.

Содержание оценочных и методических материалов определяется образовательной организацией самостоятельно с учетом положений законодательства об образовании Российской Федерации.

Структура программы соответствует требованиям Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499.

Объем программы вне зависимости от применяемых образовательных технологий, должен быть не менее 16 академических часов. Сроки ее освоения определяются образовательной организацией самостоятельно.

Формы обучения слушателей (очная, очно-заочная, заочная) определяются образовательной организацией самостоятельно.

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Для определения структуры дополнительной профессиональной программы и трудоемкости ее освоения может применяться система зачетных единиц. Количество зачетных единиц по дополнительной профессиональной программе устанавливается организацией.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

Аннотация. Взрывной рост социальных медиа еще несколько лет назад заставил многие компании выделять большие бюджеты на продвижение в социальных медиа. Этот курс построен на самом гребне тренда. Он позволит привлечь к продукту или бренду лояльную аудиторию, расширить долю рынка и решить другие бизнес-задачи. Слушатели получают полную информацию обо всех методах продвижения: мониторинг и управление репутацией, продвижение в социальных сетях, блоггинг, соцсети новой волны и т.д. А также навыки проведения аудита эффективности рекламных SMM-кампаний. Курс построен на большом числе примеров и разборе кейсов. Курс рассчитан на начинающих специалистов в области интернет-маркетинга, владельцев малого бизнеса, заинтересованных решить свои текущие бизнес-задачи и менеджеров среднего и большого бизнеса, взаимодействующих с подрядчиками и исполнителями в области интернет-маркетинга, а также для всех, кто интересуется SMM (social media marketing), SMO (social media optimization). Программа курса соответствует профстандарту "Специалист по интернет-маркетингу". Слушателям курса предоставляется бесплатный доступ к системе аналитики социальных сетей от партнера УЦ «Специалист» компании Амплифер.

Цель программы:

Предоставить слушателям знания и практические навыки продвижения в социальных медиа и навыки проведения аудита эффективности рекламных SMM-кампаний.

Совершенствуемые компетенции

| № | Компетенция | Направление подготовки |
|---|---|---|
| | | УРОВЕНЬ ВО БАКАЛАВРИАТ НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 09.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА) |
| | | Код компетенции |
| | ПК-1- способность проводить предпроектное обследование объекта проектирования, системный анализ предметной области, их взаимосвязей ПК-2 способность проводить техническое проектирование ПК-3 - способность проводить рабочее проектирование ПК-4 - способность проводить выбор исходных данных для проектирования ПК-5 - способность проводить моделирование процессов и систем ПК-6 - способность оценивать надежность и качество функционирования объекта проектирования ПК-10 - способность разрабатывать, согласовывать и выпускать все виды проектной документации | ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-21 |

Совершенствуемые компетенции в соответствии с трудовыми функциями профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам»

| № | Компетенция | Направление подготовки |
|---|--|---|
| | | Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам», от 08 сентября 2014г. № 629н. |
| | | Трудовые функции (код) |
| 1 | С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента С/02.6 Управление информацией из различных источников С/03.6 Контроль за наполнением сайта С/04.6 Локальные изменения структуры сайта С/05.6 Анализ информационных потребностей | ПК-11 - способность к проектированию базовых и прикладных информационных технологий ПК-12 - способность разрабатывать средства реализации информационных технологий (методические, информационные, математические, |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>посетителей сайта С/06.6 Подготовка отчетности по сайту С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта</p> | <p>алгоритмические, технические и программные) ПК-13 - способность разрабатывать средства автоматизированного проектирования информационных технологий ПК-21 - способность осуществлять организацию контроля качества входной информации</p> |
|--|--|--|

Планируемый результат обучения

После окончания обучения Слушатель будет знать:

- Основы маркетинга в социальных сетях
- КРІ
- Контентная стратегия
- Создание и управление сообществом
- SEO и автоматизация в социальных сетях
- Таргетированная реклама
- Партнерский маркетинг
- Трудоустройство и аутсорсинг

После окончания обучения Слушатель будет уметь:

- Понимать принципы маркетинга в социальных медиа;
- Создавать кейсы для продвижения в социальных медиа;
- Привлекать целевую аудиторию;
- Понимать принципы оптимизации сайтов для социальных медиа;
- Получить новые идеи по развитию существующего бизнеса;
- Понимать алгоритмы социальных сетей и влиять на продвижение;
- Повышать эффективность работы с существующей целевой аудиторией.

Учебный план:

Категория слушателей:

Курс рассчитан на начинающих специалистов в области интернет-маркетинга, владельцев малого бизнеса, заинтересованных решить свои текущие бизнес-задачи и менеджеров среднего и большого бизнеса, взаимодействующих с подрядчиками и исполнителями в области интернет-маркетинга, а также для всех, кто интересуется SMM (social media marketing), SMO (social media optimization).

Требования к предварительной подготовке:

окончание курсов (или эквивалентная подготовка): «Базовая компьютерная подготовка. Windows и Интернет для начинающих», наличие аккаунта в социальной сети.

Срок обучения: 36 академических часа, в том числе 24 аудиторных.

Самостоятельная работа (СРС): предусмотрена - 12 час.

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная. По желанию слушателя форма обучения может быть изменена и/или дополнена.

Режим занятий: дневной, вечерний, группы выходного дня.

| № п/п | Наименование модулей по программе | Общая трудоемкость (академ. часов) | Аудиторные часы | | СРС, Час. | Форма ТА ¹ | |
|-------|---|------------------------------------|------------------|-------------|-----------|-----------------------|----------------------|
| | | | Всего, ауд. час. | В том числе | | | |
| | | | | Лекций | | | Практических занятий |
| 1 | Модуль 1. Основы маркетинга в социальных сетях | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | - |
| 2 | Модуль 2. КРІ | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | Практическая работа |
| 3 | Модуль 3. Контентная стратегия | 3 | 2 | 0 | 2 | 1 | Практическая работа |
| 4 | Модуль 4. Создание и управление сообществом | 3 | 2 | 0 | 2 | 1 | Практическая работа |
| 5 | Модуль 5. Оформление сообщества | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | Практическая работа |
| 6 | Модуль 6. SEO и автоматизация в социальных сетях | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | Практическая работа |
| 7 | Модуль 7. Таргетированная реклама | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | Практическая работа |
| 8 | Модуль 8. Партнерский маркетинг | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | Практическая работа |
| 9 | Модуль 9. SMO: Интеграция сайта и SMM | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | Практическая работа |
| 10 | Модуль 10. Трудоустройство и аутсорсинг | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | Практическая работа |
| | Итого: | 36 | 24 | 10 | 14 | 12 | |
| | Промежуточная аттестация | тестирование | | | | | |

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Количество аудиторных занятий при очно-заочной форме обучения составляет 20-25% от общего количества часов.

Форма Промежуточной аттестации – см. в ЛНА «Положение о проведении промежуточной аттестации слушателей и осуществлении текущего контроля их успеваемости» п.3.3.

1. Календарный учебный график

¹ ТА – текущая аттестация

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

| Неделя обучения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Итого часов |
|--|----|-------------|----|-------------|----|----|----|--------------|
| | пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс | |
| 1 неделя | - | 4 | - | 4 | - | - | - | 8 |
| СРС | - | 2 | - | 2 | - | - | - | 4 |
| 2 неделя | - | 4 | - | 4 | - | - | - | 8 |
| СРС | - | 2 | - | 2 | - | - | - | 4 |
| 3 неделя | - | 4 | - | 4ИА | - | - | - | 8 |
| СРС | - | 2 | - | 2 | - | - | - | 4 |
| Итого (ауд./СРС): | - | 12/6 | - | 12/6 | - | - | - | 24/12 |
| Примечание: ПА – Промежуточная аттестация (тестирование) | | | | | | | | |

2. Рабочие программы учебных предметов (модулей)

Модуль 1. Основы маркетинга в социальных сетях

- Пять видов монетизации интернет-проектов
- Успешные кейсы быстрой раскрутки SMM-сообществ

Модуль 2. KPI

- Три основных показателя эффективности в SMM
- Главные KPI для руководителя
- Как измерять эффективность SMM маркетинга
- Что такое UTM метки и как их использовать
- Как учитывать звонки из соц. сетей
- **Практика: Знакомство с SMM и веб-аналитикой**

Модуль 3. Контентная стратегия

- Виды стратегий контента
- Способы автоматизации контента
- Особенности SMM для B2C и B2B
- **Практика: Составление первого плана контента**

Модуль 4. Создание и управление сообществом

- Регистрация и оформление сообществ в социальных сетях
- Чем отличается группа от паблика Вконтакте и в FaceBook
- Создание бизнес профиля в Instagram
- Отложенные посты Вконтакте и в FaceBook
- Использование SMM-смайлов
- **Практика: Создание сообщества, публикация отложенных постов**

Модуль 5. Оформление сообщества

- Особенности дизайна сообществ
- Что такое WIKI-разметка и как её использовать в своем сообществе?
- **Практика: Создание wiki-меню и wiki-постов**
- **Практика: Создание технического задания для оформления сообществ**

Модуль 6. SEO и автоматизация в социальных сетях

- Поисквое продвижение для социальных сетей
- Использование мотивированного трафика
- Использование автоматизации в Instagram
- **Практика: Покупка платных участников в свое сообщество**

Модуль 7. Таргетированная реклама

- Что такое таргетированная и ретаргетированная реклама?
- Разработка стратегии таргетирования показа рекламных объявлений
- Размещение текстовых и медийных рекламных объявлений в интернет-медиа
- Как показывать свою рекламу клиентам, у которых вы знаете только телефон или email
- Как использовать нестандартные таргетинги, отсутствующее в стандартном интерфейсе
- **Практика: Настройка таргетированной рекламы ВКонтакте, FaceBook, Instagram**
- **Практика: Настройка рекламы по номерам телефонов и email**

Модуль 8. Партнерский маркетинг

- Расчет и составление медиа-плана проведения рекламной кампании
- Работа с лидерами мнений, блогерами
- Проведение вирусных акций, конкурсов и опросов в социальных медиа
- **Практика: Расчет затрат и отдачи от публикаций в сторонних сообществах**
- **Практика: Создание вирусных акций**

Модуль 9. SMO: Интеграция сайта и SMM

- Как использовать ваш сайт и прочие ресурсы для раскрутки соц. сетей
- Как повысить доверие к вашему сайту с помощью отзыв из соц. сетей
- Что такое приложение в соц. сетях и чем оно эффективно
- **Практика: Настройка приложения в ВКонтакте и FaceBook**

Модуль 10. Трудоустройство и аутсорсинг

- Какие услуги сейчас предлагают на SMM рынке
- Как выбрать подрядчика и не ошибиться
- Как составить резюме, чтобы сразу понравиться работодателю
- Секреты трудоустройства для SMMщиков

1. Календарный учебный график

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

| Неделя обучения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Итого часов |
|--|----|----|----|----|----|----|----|-------------|
| | пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс | |
| 1 неделя | 4 | 4 | - | - | - | - | - | 8 |
| СРС | 2 | 2 | - | - | - | - | - | 4 |
| 2 неделя | 4 | 4 | - | - | - | - | - | 8 |
| СРС | 2 | 2 | - | - | - | - | - | 4 |
| 3 неделя | 4 | 4 | - | - | - | - | - | 8 |
| СРС | 2 | 2 | - | - | - | - | - | 4 |
| Итого: | 18 | 18 | | | | | | 36 |
| Примечание: ПА – Промежуточная аттестация (тестирование) | | | | | | | | |

4. Организационно-педагогические условия

Соблюдение требований к кадровым условиям реализации дополнительной профессиональной программы:

а) преподавательский состав образовательной организации, обеспечивающий образовательный процесс, обладает высшим образованием и стажем преподавания по изучаемой тематике не менее 1 года и (или) практической работы в областях знаний, предусмотренных модулями программы, не менее 3 (трех) лет;

б) образовательной организацией наряду с традиционными лекционно-семинарскими занятиями применяются современные эффективные методики преподавания с применением интерактивных форм обучения, аудиовизуальных средств, информационно-телекоммуникационных ресурсов и наглядных учебных пособий.

Соблюдение требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дополнительной профессиональной программы:

а) образовательная организация располагает необходимой материально-технической базой, включая современные аудитории, библиотеку, аудиовизуальные средства обучения, мультимедийную аппаратуру, оргтехнику, копировальные аппараты. Материальная база соответствует санитарным и техническим нормам и правилам и обеспечивает проведение всех видов практической и дисциплинарной подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом реализуемой дополнительной профессиональной программы.

б) в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в модулях дополнительной профессиональной программы.

3. Формы аттестации и оценочные материалы

Образовательная организация несет ответственность за качество подготовки слушателей и реализацию дополнительной профессиональной программы в полном объеме в соответствии с учебным планом.

Оценка качества освоения слушателями программы курса включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Текущая аттестация проводится в форме, предусмотренной ЛНА «Положение о проведении промежуточной аттестации слушателей и осуществлении текущего контроля их успеваемости» п.3.3. и определяется преподавателем курса. К промежуточной аттестации допускаются слушатели, выполнившие все виды текущей аттестации, предусмотренные в настоящей программе.

Слушатели, успешно освоившие программу курса и прошедшие промежуточную аттестацию, получают удостоверение о повышении квалификации, а также допускаются к

освоению следующего курса, входящего в состав дипломной программы (ДПП подготовки).

Слушателям, не прошедшим промежуточной аттестации или получившим на промежуточной аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть курса и (или) отчисленные из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией.

К итоговой аттестации по ДПП переподготовки допускаются только те слушатели, которые сдали промежуточную аттестацию по всем курсам (включая данный), входящим в дипломную программу (ДПП переподготовки).

Промежуточная аттестация проводится по форме выполнения задания в соответствии с учебным планом. Результаты промежуточной аттестации заносятся в соответствующие документы. Результаты промежуточной аттестации слушателей ДПП выставляются по двух бальной шкале («зачтено»/ «не зачтено»). «Зачтено» выставляется, если слушатель набирает не менее 70% баллов (правильных ответов и/или выполненных заданий).

Текущая аттестация:

| <i>№п/п</i> | <i>Тематика практического занятия</i> | <i>Форма ПА</i> |
|--------------------|---|------------------------|
| Модуль 2. | Знакомство с SMM и веб-аналитикой | Практическая работа |
| Модуль 3. | Составление первого плана контента | Практическая работа |
| Модуль 4. | Создание сообщества, публикация отложенных постов | Практическая работа |
| Модуль 5. | Создание wiki-меню и wiki-постов Создание технического задания для оформления сообществ | Практическая работа |
| Модуль 6. | Покупка платных участников в свое сообщество | Практическая работа |
| Модуль 7. | Настройка таргетированной рекламы ВКонтакте, FaceBook, Instagram. Настройка рекламы по номерам телефонов и email. | Практическая работа |
| Модуль 8. | Расчет затрат и отдачи от публикаций в сторонних сообществах. Создание вирусных акций | Практическая работа |
| Модуль 9. | Настройка приложения в ВКонтакте и FaceBook | Практическая работа |
| Модуль 10. | Резюме, трудоустройство для SMMщиков | Практическая работа |

Промежуточная аттестация по курсу:

Вопрос 1 из 20

Что не является функцией CMS?

Выберите один ответ:

- настраивать сервер
- управлять правами доступа к сайту
- редактировать содержимое страниц сайта

Вопрос 2 из 20

Как обновить современный браузер?

Выберите один ответ:

- Это невозможно, нужно скачать и установить новую версию
- Все браузеры обновляются автоматически
- Через страницу просмотра информации о версии браузера

Вопрос 3 из 20

Какая программа на сервере отвечает за обработку поступающих к сайту запросов?

Выберите один ответ:

- MySQL
- phpMyadmin
- Apache

Вопрос 4 из 20

Какой код ответа сервера сообщает о том, что запрашиваемый документ отсутствует?

Выберите один ответ:

- 404
- 304
- 200

Вопрос 5 из 20

Что из перечисленного не является протоколом доступа к серверу?

Выберите один ответ:

- SSH
- XML
- FTP

Вопрос 6 из 20

Что из перечисленного является атрибутом?

Выберите один ответ:

- href
- body
- meta

Вопрос 7 из 20

Что из перечисленного не является видом Хостинга?

Выберите один ответ:

- shared
- dedicated
- promoted

Вопрос 8 из 20

Может ли располагаться тег `<script>` в `body` HTML документа?

Выберите один ответ:

- да
- нет
- только после `head`

Вопрос 9 из 20

Как в браузере Firefox отобразить верхнее меню, если оно скрыто?

Выберите один ответ:

- с помощью кнопки F1
- с помощью кнопки Shift
- с помощью кнопки Alt

Вопрос 10 из 20

Как называется в заголовках HTTP ответ сервера?

Выберите один ответ:

- request
- response
- server answer

Вопрос 11 из 20

Как обновить страницу в браузере Firefox с очисткой кэша страницы?

Выберите один ответ:

- комбинацией кнопок Ctrl+F5
- кнопкой F5
- комбинацией кнопок Ctrl+R

Вопрос 12 из 20

В каком блоке должен располагаться тег <title>?

Выберите один ответ:

- body
- article
- head

Вопрос 13 из 20

Для чего служит атрибут id?

Выберите один ответ:

- чтобы сделать тег атрибутом
- чтобы у тега было кодовое название
- чтобы присвоить тегу идентификатор

Вопрос 14 из 20

Какой браузер из перечисленных имеет большие ограничения по поддержке функционала веб-страниц?

Выберите один ответ:

- Opera
- Safari
- Internet Explorer

Вопрос 15 из 20

Чтобы домен начал функционировать, его нужно?

Выберите один ответ:

- делегировать
- разделигировать
- примонтировать

Вопрос 16 из 20

Какие браузеры имеют поддержку Javascript?

Выберите один ответ:

- Только самые новые
- Все
- Google Chrome

Вопрос 17 из 20

Атрибут onclick служит для:

Выберите один ответ:

- присвоения тегу события, срабатывающего на нажатие кнопки мыши
- перехвату управления мышью
- ограничения возможности клика по элементу

Вопрос 18 из 20

Для чего используются в URL адресах символ знака вопроса?

Выберите один ответ:

- для указания на конкретную вкладку
- для указания на место страницы
- для передачи серверу каких-либо параметров

Вопрос 19 из 20

Как можно получить доступ к корневой директории сайта?

Выберите один ответ:

- через панель управления хостингом
- через Яндекс Вебмастер
- через программу “Блокнот”
- через программу “Блокнот”

Вопрос 20 из 20

Что принято называть доменом в URL адресе?

Выберите один ответ:

- www.site.ru
- site.ru
- .ru