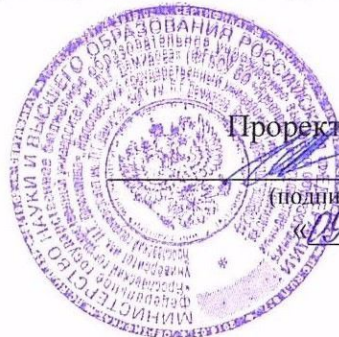


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
И.А. Кузнецова

(подпись)

«19» января 2023 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

программа повышения квалификации

**«SMM-технологии для предпринимателя»**

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).*

120 академических часов

Форма обучения: Очно-заочная, с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Ярославль 2023

## АННОТАЦИЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «SMM-технологии для предпринимателя» 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 Маркетолог (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. N 366н);

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;

Создавать визуальный контент в программах Canva и Supa.

### **Требования к слушателям**

Высшее или среднее профессиональное образование.

**Объем программы** 120 ак.часов.

**Срок реализации программы:** 10 недель, в соответствии с календарным графиком.

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

### **Особенности программы:**

Программа предназначена для лиц, имеющих высшее и/или среднее профессиональное экономическое образование.

Программа реализуется с применением ЭО и ДОТ, в том числе онлайн-курса на платформе ДемидОнлайн.

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) «SMM-технологии для предпринимателя» 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. Используемый при реализации онлайн-курс «SMM-технологии для предпринимателя» содержит учебные и контрольно-измерительные материалы, необходимые для осуществления мероприятий текущего, промежуточного и итогового контроля и достижения всех запланированных результатов обучения.

## 2. Цели и результаты освоения программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «SMM-технологии для предпринимателя» 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 Маркетолог (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. N 366н);

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	Трудовая функция	Трудовые действия
Специалист по интернет-маркетингу	В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения	Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети
	В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе
Маркетолог	В/04.7 Разработка, внедрение и совершенствование системы	Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации
		Формирование имиджа и деловой репутации организации

	маркетинговых коммуникаций в организации	
Специалист по информационным ресурсам	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)
	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
	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;
- Создавать визуальный контент в программах Canva и Supa.

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

#### **Требования к слушателям**

Высшее или среднее профессиональное образование.

### **3. 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 Маркетолог. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. N 366н;

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

#### 4. Объем и сроки реализации программы

Объем программы 120 ак. часа, с учетом всех видов учебной нагрузки.

Срок реализации программы: 10 недель, в соответствии с календарным учебным графиком и расписанием занятий.

#### 5. Форма обучения и форма реализации программы

Форма обучения очно-заочная, с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Программа реализуется дистанционно, с использованием ЭО и ДОТ, с элементами асинхронного взаимодействия преподавателя и обучающихся.

#### 6. Учебный план

##### «SMM-технологии для предпринимателя» 120 ак. часа

№	Наименование тем, разделов	Всего ак. часов	В том числе			Форма контроля результатов освоения
			Лекции	Практические занятия	СР	
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Введение в SMM</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>Тест по разделу 1</b>
1.1	Тема 1.1. Что такое SMM	4	3		1	
1.2	Тема 1.2. Почему SMM нужен бизнесу	4	2		2	
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Разработка SMM-стратегии</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>Тест по разделу 2</b>
2.1	Тема 2.1. Знакомство с понятием SMM-стратегии	2	1		1	
2.2	Тема 2.2. Первые шаги к построению SMM-стратегии	5	2	2	1	
2.3	Тема 2.3. Анализ целевой аудитории компании	5	2	2	1	
2.4	Тема 2.4. Планирование реализации SMM-стратегии	5	1	2	2	
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Разработка текстового</b>	<b>28</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>Тест по</b>

	<b>контента для социальных сетей</b>					<b>разделу 3</b>
3.1	Тема 3.1. Уникальное торговое предложение, которое привлекает	3	1	1	1	
3.2	Тема 3.2. Типы контента в социальных сетях	3	1	1	1	
3.3	Тема 3.3. Модели для написания продающих постов в социальных сетях	7	2	4	1	
3.4	Тема 3.4. Инструменты для планирования контента	7	2	4	1	
3.5	Тема 3.5. Дополнительные сервисы для работы с контентом	5	2	2	1	
3.6	Тема 3.6. Фактчекинг как фундамент лояльности аудитории	3	1		2	
<b>4</b>	<b>Раздел 4. Разработка визуального контента для социальных сетей</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>Тест по разделу 4</b>
4.1	Тема 4.1. Введение в визуальный контент	2	1		1	
4.2	Тема 4.2. Разработка и редактирование статичного визуального контента в Canva	8	4	4	-	
4.3	Тема 4.3. Разработка и редактирование динамического визуального контента в Supra	8	2	4	2	
<b>5</b>	<b>Раздел 5 Основы комьюнити-менеджмента</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>Тест по разделу 5</b>
5.1	Тема 5.1. Введение в комьюнити-менеджмент	2	1		1	
5.2	Тема 5.2. Этапы построения сообщества	2	1		1	
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	-
<b>6</b>	<b>Раздел 6. Продвижение ВКонтакте</b>	<b>18</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>Тест по разделу 6</b>
6.1	Тема 6.1. Знакомство с ВКонтакте	4	1	2	1	
6.2	Тема 6.2. Настройка сообщества ВКонтакте	7	2	3	2	
6.3	Тема 6.3. Запуск таргетированной рекламы ВКонтакте	7	2	3	2	
<b>7</b>	<b>Раздел 7. Продвижение в Telegram</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>Тест по разделу 7</b>
7.1	Тема 7.1. Знакомство с Telegram	5	2	2	1	
7.2	Тема 7.2. Создание, настройка и наполнение telegram-канала	6	2	2	2	
7.3	Тема 7.3. Продвижение telegram-канала	6	2	2	2	
<b>8</b>	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>2</b>			<b>2</b>	<b>Итоговый тест</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>120</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>36</b>	

## 7. Календарный график

Планируемый срок освоения учебного материала – 10 недель (без отрыва от работы, 12 часов в неделю).

№ п/п	Наименование раздела	Учебная неделя									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Раздел 1. Введение в SMM	8									
2.	Раздел 2. Разработка SMM-стратегии	4	12	1							
3.	Раздел 3. Разработка текстового контента для социальных сетей			11	12	5					
4.	Раздел 4. Разработка визуального контента для социальных сетей					7	11				
5.	Раздел 5. Основы комьюнити-менеджмента						1	11			
6.	Раздел 6. Продвижение ВКонтакте							1	12	5	
7.	Раздел 7. Продвижение в Telegram									7	10
8.	Итоговая аттестация										2
	<i>Всего часов</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>