

УТВЕРЖДЕНО

Вице-президент Союза «Пермская торгово-
промышленная палата»

«16» июня 2022 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«SMM- менеджмент»

СОГЛАСОВАНО

Директор Департамента образовательных
программ и консалтинга

Т.В.Мачихина

«15» июня 2022 г.

г. Пермь

2022 год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая дополнительная профессиональная программа повышения квалификации позволяет заложить основы знаний и компетенций в области продвижения товаров, работ, услуг, бренда в социальных сетях.

Настоящая дополнительная профессиональная программа повышения квалификации разработана на основании приказа Минтруда России от 19.02.2019 г. № 95н «Специалист по интернет - маркетингу» с учетом квалификационных требований, установленных Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих, утвержденным Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37 по должностям «Менеджер по рекламе» и «Менеджер по связям с общественностью».

Программа рассчитана на 144 академических часа.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

Категория обучаемых: руководители и специалисты организаций, предприниматели, лица, направленные центрами занятости, иные лица, заинтересованные в получении знаний по вопросам продвижения товаров, работ, услуг, бренда в социальных сетях.

Минимальный уровень образования принимаемых на обучение: не ниже среднего профессионального образования, с навыками работы на персональном компьютере.

Условия обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программа, адаптирована для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающая коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

Программа имеет оптимальные условия для получения образования с учетом конкретных особенностей здоровья:

Программа адаптирована для лиц, развитие которых близко к нормотипичному, но с некоторыми особенностями. Промежуточная и итоговая аттестация при таком варианте уточняется отдельно в индивидуальном плане обучения в соответствии с нормативными правовыми актами Пермской ТПП, регламентирующие осуществление образовательной деятельности. По окончании обучения слушателям из числа инвалидов или лиц, с ограничениями по здоровью выдается такой же документ об образовании, что и выпускникам без особенностей.

Программа адаптирована для лиц:

Слабослышащих

С нарушениями опорно-двигательного аппарата

Условия обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья, включает в себя использование специальных методов обучения, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования (версии информационных программ для слабовидящих), чат с преподавателем (при обучении в очной форме с применением дистанционных технологий), обеспечение доступа в здания для прохождения обучения, и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ инвалидами и обучающимися с ОВЗ.

Инвалиды и лица с ОВЗ обеспечиваются к доступом записям занятий на срок освоения программы по индивидуальному плану обучения.

Индивидуальный план обучения разрабатывается на основе учебного плана программы и предусматривает добавление адаптационных дисциплин (адаптационный учебный цикл);

Дисциплины, относящиеся к обязательной части плана, являются обязательными для освоения всеми обучающимися, в том числе инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Не допускается изъятие каких-либо дисциплин или модулей, практик и процедур итоговой аттестации из числа обязательных в отношении инвалидов и лиц с ОВЗ.

Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося инвалида или обучающегося с ОВЗ составляет не более 40 часов в неделю при шестидневной учебной неделе.

Контроль и оценка результатов освоения адаптированной образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями по здоровью определяются индивидуальным планом обучения.

1. ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ:

1.1. Целью обучения является совершенствование знаний и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере продвижения товаров, работ, услуг, бренда в социальных сетях, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации лиц в области интернет-маркетинга.

1.2. Повышение профессионального уровня по использованию навыков систематизации полученных знаний в области интернет маркетинга, консультирования и социально-психологического воздействия, необходимых слушателям для профессиональной деятельности.

2. ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ:

1) Формирование у слушателей основ понятийного аппарата в области продвижения товаров, работ, услуг, бренда в социальных сетях.

2) Формирование у слушателей системы знаний, умений, навыков, необходимых для работы в области продвижения товаров, работ, услуг, бренда в социальных сетях.

3. НАЗНАЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ:

3.1. Повышение эффективности профессиональной служебной деятельности и развитие навыков:

- формирования набора инструментов для продвижения товаров, работ, услуг в социальных сетях;
- оценки эффективности инструментов для продвижения товаров, работ, услуг в социальных сетях;
- работы с аналитикой, проверки гипотез,
- создания вовлекающего контента;
- выстраивания коммуникации с аудиторией.

3.2. Развитие навыков продвижения товаров, работ, услуг в социальных сетях.

4. ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ:

4.1. Квалификация, полученная в результате обучения, даст право лицам, прошедшим обучение, осуществлять деятельность в области интернет рекламы на профессиональном уровне и выполнять конкретные трудовые функции, с учетом требования федерального законодательства.

4.2. По результатам обучения будут приобретены знания и навыки по вопросам продвижения товаров, работ, услуг в социальных сетях с учетом современных требований .

5. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ:

В результате обучения по данной программе слушатели должны:

знать:

- основы маркетинга в социальных сетях;

уметь:

- работать с графическим и текстовым

- правила формирования основных тегов (заголовок страницы, ключевые слова страницы, описание страницы);
- основы рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
- SMM-стратегия: назначение, цели, задачи.;
- порядок построения SMM-стратегии;
- методы обработки текстовой и графической информации;
- инструменты SMM;
- основные принципы работы в SMM;
- особенности пользовательского поведения;
- правила создания контента для размещения в социальных медиа
- методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории;
- правила и методы написания конверсионных текстов;
- порядок создания сообществ;
- порядок размещения текстовой и графической информации на страницах в социальной сети;
- правила использования форматов публикаций;
- сервисы для мониторинга социальных сетей

редактором;

- анализировать целевую аудиторию и конкурентов;
- составлять рекламные объявления, привлекательные для целевой аудитории;
- оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках;
- обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ;
- использовать инструменты SMM;
- создавать контент для размещения в социальных медиа;
- создавать сообщества в социальных сетях;
- размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа;
- осуществлять SMM продвижение;
- управлять репутацией.

6. УЧЕБНЫЙ ПЛАН:

№ темы	Название дисциплины	Количество час. в том числе		Всего часов
		Лекции	Практические занятия	
1	Основы маркетинга	16	12	28
1.1.	Введение. Основы маркетинга в социальных сетях	4	0	4
1.2	Анализ целевой аудитории	4	4	8
1.3	Путь клиента	4	4	8
1.4	Анализ конкурентов	4	4	8
2	Контент-маркетинг	12	16	28
2.1	Типы текстов для бизнеса	4	6	10
2.2	Продающие тексты	4	6	10
2.3	E-mail маркетинг	4	4	10
3	Разработка стратегии продвижения в социальных сетях. Разработка контент-плана	32	32	64
3.1	Порядок построения SMM-стратегии.	4	2	6
3.2	SMM-стратегия: назначение, цели, задачи.	4	0	4
3.3	Инструменты SMM. Основные принципы работы в SMM. Особенности пользовательского поведения.	4	2	6

3.4	Разбор социальных сетей: VK, ОК. Порядок создания сообществ. Правила использования форматов публикаций. Правила размещения текстовой и графической информации на страницах в социальной сети	4	8	12
3.5	Рекламный кабинет и настройка рекламных кампаний в социальной сети VKontakte . Ретаргетинг в социальных сетях	4	4	8
3.6	Практическое занятие – рекламный кабинет ВКонтakte.	4	8	12
3.7	YouTube продвижение	4	4	8
3.8	Личный бренд в социальных сетях	4	4	8
4	Управление коммуникациями в социальных сетях	8	12	20
4.1	Точки контакта – единая стратегия компании	4	4	8
4.2	Управление репутацией. Сервисы для мониторинга социальных сетей	4	2	6
4.3	Практика Вопрос-ответ	0	6	6
5	Итоговая аттестация.	0	4	4
ИТОГО		68	76	144

7. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК:

20 рабочих дней, конкретные даты (период) обучения утверждаются дополнительно.

8. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ:

Образовательная программа обучения оптимальна по длительности обучения, сочетанию лекционных и практических занятий, а также по видам и нормативам учебной нагрузки. Объем лекций составляет 47,2%, практических занятий 52,8% от общего объема занятий.

Слушатели самостоятельно изучают материал (лекции, презентации, нормативные документы) и выполняют выданные задания, в удобном для себя месте, имеющем необходимые условия для занятий (персональный компьютер с выходом в сеть «Интернет»).

Образовательная программа ориентирована на современные инновационные образовательные технологии и средства обучения, в том числе активные методы, анализ конкретных ситуаций, использование теории и практики принятия управленческих решений, применение современных методов контроля и управления образовательным процессом.

Образовательная программа носит практико-ориентированный характер по внедрению знаний и технологий, полученных в процессе обучения, в практическую деятельность слушателей.

В процессе повышения квалификации обеспечивается надлежащий уровень профессионального образования с использованием активных методов ведения знаний (дискуссии, деловые игры, решение кейс заданий, практические занятия).

Проведение лекционных занятий основывается на активном методе обучения, при котором слушатели не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала.

В рамках практических занятий предусматривается проведение деловой игры по проблемным вопросам, касающимся тематики курса повышения квалификации.

Проведение практических занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором слушатели взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность слушателей в процессе обучения.

Комплексное учебно-методическое обеспечение образовательного процесса охватывает все дисциплины, предусмотренные учебным планом, и включает инструкции (рекомендации, алгоритмы, схемы) по изучению тем образовательной программы, а также вопросы и тесты для самопроверки, средства контроля за ходом и качеством усвоения слушателями учебного материала.

Обучение производится с применением дистанционных образовательных технологий. Используются современные информационные и телекоммуникационные технологии, которые позволяют осуществлять обучение на расстоянии без непосредственного контакта между преподавателями и слушателями.

Созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, соответствующих технологических средств, обеспечивающих освоение слушателями образовательной программы в полном объеме независимо от места нахождения слушателей.

Программа реализуется с использованием учебно-методических материалов в соответствии с пунктом 12 настоящей Программы, выдаваемых каждому слушателю.

Для проведения занятий по Программе привлекаются специалисты, имеющие высшее образование в области экономики, маркетинга и (или) получившие дополнительное профессиональное образование в области маркетинга и (или) имеющие практический опыт в сфере маркетинга.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ:

Итоговая аттестация, обеспечивающая проверку и оценку степени овладения слушателями учебного материала и развития профессиональных компетенций – практическая работа по созданию и наполнению аккаунта в социальных сетях.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ИНЫЕ КОМПОНЕНТЫ:

По окончании обучения слушателям предлагается провести практическую работу по созданию и наполнению аккаунта в социальных сетях.

На основе изученного материала, используя собственный практический опыт, слушатели проводят самостоятельное творческое задание: создание и наполнение аккаунта в социальных сетях.

Задачи итоговой аттестации: определить объект исследования, аудиторию, продумать стратегию продвижения в социальных медиа, определить области применения SMM, создать и наполнить аккаунт в социальных сетях.

В выполнении задания для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала, посвященного теме социального медиа-маркетинга;
- исследование организации, продукции и их позиции на рынке среди конкурентов;
- исследование социальных медиа и выбор наиболее подходящей площадки для продвижения объекта исследования;
- определить способов продвижения в социальных медиа объекта исследования;

Для определения потенциальной аудитории объекта исследования одной базовой характеристики недостаточно. Социальные характеристики потенциальной аудитории объекта исследования условно можно разделить на несколько групп.

Первая группа характеристик: социально-демографические (пол, возраст, место жительства). Демографические характеристики служат основанием для выделения таких аудиторий как женская/мужская, местные/региональные потенциальные потребители.

Вторая группа характеристик: социально-профессиональные (профессия, род занятий, профессиональный статус).

Третья группа характеристик: социокультурные характеристики (образование, субкультурные и контркультурные особенности, формы проведения досуга).

Четвертая группа характеристик: потребительские характеристики: уровень дохода, потребления отдельных товаров и услуг.

Пятая группа характеристик: психологические (мотивы выбора объекта исследования, интересы)

Форма контроля

Зачет	Зачтено	Не зачтено
	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

По результатам обучения слушателям, успешно освоившим образовательную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения.

11. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

При реализации образовательной программы будут изучаться нижеуказанные нормативные правовые акты, регулирующие вопросы интернет-рекламы:

1. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность : учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Сулова. - Красноярск : Сиб.федер. ун-т, 2017. - 198 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1031865>
2. Сенаторов А.. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / А.Сенаторов. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 153 с.
3. Давыдкина И.Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления: монография / И.Б. Давыдкина. - М.:ИНФРА-М, 2018. - 126 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=961951>
4. СММ (SMM) Маркетинг социальных медиа - http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/
5. Социальный медиа маркетинг на ладони - SeoSolution - <https://seosolution.com.ru/blog/socialmediamarketing.html>
6. Что такое и как происходит SMM и SMO продвижение в социальных сетях? - <https://lpgenerator.ru/blog/2015/05/21/chto-takoe-i-kak-proishodit-smm-i-smo-prodvizhenie-v-socialnyh-setyah/>

12. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

- 1) Презентационные материалы преподавателей в электронном виде.
- 2) Вопросы и тесты для проверки знаний.
- 3) Практические занятия в электронном виде.

13. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

Освоение дисциплины предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

- Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian
- Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian
- Браузер Google Chrome
- Adobe Reader XI

14. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ:

Пермская ТПП является членом международной торговой палаты ICC, СМК сертифицирована по ISO 9001:2015. По итогам обучения проводится анкетирование слушателей на предмет удовлетворенности качеством оказанных услуг.