

**Образовательное частное учреждение  
Дополнительного профессионального образования «Центр  
компьютерного обучения «Специалист» Учебно-научного центра при  
МГТУ им. Н.Э. Баумана  
(ОЧУ «Специалист»)**

123317 Москва, Пресненская набережная, д. 8, стр. 1, этаж 48, помещение 484с, комната 5,  
ИНН 7701257303, ОГРН 1037739408189

---

Утверждаю:

Директор ОЧУ «Специалист»



/Т.С. Григорьева/

«14» февраля 2018 года

**Дополнительная профессиональная программа  
повышения квалификации  
«Маркетинг и продвижение в социальных сетях  
(SMM)»**

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".

Повышение квалификации слушателей, осуществляемое 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.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации, 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 дополнительной профессиональной 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 дополнительной профессиональной 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	УРОВЕНЬ ВО
		Код компетенции
		БАКАЛАВРИАТ НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 09.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ
1	способность проводить расчет экономической эффективности	ПК-9
2	способность разрабатывать средства реализации информационных технологий (методические, информационные, математические, алгоритмические, технические и программные)	ПК-12
3	способность к организации работы малых коллективов исполнителей	ПК-19
4	способность поддерживать работоспособность информационных систем и технологий в заданных функциональных характеристиках и соответствии критериям качества	ПК-30

**Совершенствуемые компетенции в соответствии с трудовыми функциями профессионального стандарта «Маркетолог» (Проект Приказа Министерства труда и социальной защиты РФ «Об утверждении профессионального стандарта (подготовлен Минтрудом России 10.11.2017)»)**

№	Компетенция	Направление подготовки
		Трудовые функции (код)
1	В.7 Разработка, реализация и совершенствование политики ценообразования в организации	В/02.7 Разработка, реализация и совершенствование политики ценообразования в организации В/03.7 Разработка, реализация и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации В/04.7 Разработка, реализация и совершенствование системы

## 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;
- Получите 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 ПА <sup>1</sup>	
			Всего, ауд. час.	В том числе			
				Лекций			Практических занятий
1	<b>Модуль 1.</b> Основы маркетинга в социальных сетях	1	<b>1</b>	1	0	0	-
2	<b>Модуль 2.</b> КРІ	5	<b>3</b>	1	2	2	Практическая работа
3	<b>Модуль 3.</b> Контентная стратегия	3	<b>2</b>	0	2	1	Практическая работа
4	<b>Модуль 4.</b> Создание и управление сообществом	3	<b>2</b>	0	2	1	Практическая работа
5	<b>Модуль 5.</b> Оформление сообщества	5	<b>4</b>	2	2	1	Практическая работа
6	<b>Модуль 6.</b> SEO и автоматизация в социальных сетях	2	<b>1</b>	0	1	1	Практическая работа
7	<b>Модуль 7.</b> Таргетированная реклама	5	<b>4</b>	2	2	1	Практическая работа
8	<b>Модуль 8.</b> Партнерский маркетинг	4	<b>3</b>	1	2	1	Практическая работа
9	<b>Модуль 9.</b> SMO: Интеграция сайта и SMM	5	<b>3</b>	1	2	2	Практическая работа
10	<b>Модуль 10.</b> Трудоустройство и аутсорсинг	2	<b>1</b>	0	1	2	Практическая работа
	<b>Итого:</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	
	Итоговая 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

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.

<sup>1</sup> ПА – промежуточная аттестация

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
<b>Итого (ауд./СРС):</b>	-	<b>12/6</b>	-	<b>12/6</b>	-	-	-	<b>24/12</b>
<b>Примечание: ИА – Итоговая аттестация (тестирование)</b>								

## 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. КРІ

- Три основных показателя эффективности в SMM
- Главные КРІ 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**

- Поисковое 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 отзывов 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

### **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.

### **5. 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 дополнительной профессиональной программы слушателей включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую аттестацию.

Промежуточная аттестация по данному курсу проводится в форме выполнения практических работ (всего 6), к итоговой аттестации допускаются слушатели, выполнившие все практические работы.

Результаты итоговой аттестации слушателей ДПП в соответствии с формой итоговой аттестации, установленной учебным планом, выставляются по двух бальной шкале («зачтено»/«не зачтено»).

Слушателям, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

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

Итоговая аттестация проводится по форме тестирования в соответствии с учебным планом. Результаты итоговой аттестации заносятся в соответствующие документы: «Зачтено» - не менее 70% правильных ответов.

#### **Промежуточная 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	Практическая работа



	Создание технического задания для оформления сообществ	
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

### **Итоговая 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
- responce
- 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
- делегировать
- 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