

Дополнительная профессиональная образовательная программа
повышения квалификации
«Основы SMM маркетинга: стратегия продвижения агрокомпании»

Цель программы: дать слушателям стартовые знания об управлении репутацией бренда, личности, организации, создания комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, анализа тематики площадок в социальных медиа, разработки методов и способов привлечения пользователей в интернет-сообщество.

Задачи:

- изучить состав и особенности аудитории различных социальных медиа;
- научиться использовать инструментарий современных социальных медиа;
- научиться использовать рекламные возможности современных социальных медиа;
- освоить принципы функционирования современных социальных медиа.

Форма обучения – очная с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

Форма организации образовательной деятельности: программа содержит пять разделов представляющих содержание образовательной программы и построения учебного плана

Объем программы: 38 часов

Режим обучения: 4-8 часов в день

Форма итоговой аттестация по программе - зачет

Язык обучения: русский

Документ, выдаваемый после завершения обучения удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Планируемые результаты обучения

В результате обучения по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации слушатель овладеет/усовершенствует следующие компетенции:

ПК-1-подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта;

ПК-2-управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

ПК-3-размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

ПК-4-проведение аналитических работ по изучению конкурентов;

ПК-5-разработка стратегии продвижения в социальных медиа;

ПК-6-составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа;

ПК-7-привлечение пользователей в интернет-сообщество;

ПК-8-проведение рекламных кампаний в социальных медиа;

ПК-9-составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

слушатели должны знать:

- состав и особенности аудитории различных социальных медиа;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- основы копирайтинга и веб-райтинга;
- основы деловой коммуникации;
- основы управления репутацией бренда, личности, организации;
- основы связей с общественностью;
- принципы функционирования современных социальных медиа;
- основы письменной коммуникации.
- слушатели должны уметь:
- создавать портрет потребителя;
- формулировать конкурентные преимущества продукта или услуги;
- использовать инструментарий современных социальных медиа;
- обрабатывать графические и текстовые материалы в социальных медиа;
- размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа;
- использовать инструментарий современных социальных медиа;
- использовать рекламные возможности современных социальных медиа;
- размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа;
- разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в сообщество;
- обосновывать выбор рекламных площадок;
- сегментировать целевую аудиторию рекламной компании;
- искать в социальных медиа в соответствии с заданными критериями рекламные площадки и составлять их список.
- слушатели должны владеть практическим опытом:
- навыком анализа торговых предложений конкурентов;
- навыком анализа тематики площадок в социальных медиа;
- навыком анализа рекламных кампаний конкурентов в социальных медиа;
- навыком работы с поисковыми системами;
- навыком обработки графических и текстовых материалов с использованием программных средств и платформ.

Категории слушателей

Требование к образовательному статусу слушателей: высшее или среднее профессиональное образование.

Структура Программы, виды учебных занятий и учебных работ

Данная Программа состоит из 5 разделов, имеющих законченную структуру и результаты обучения.

Вид учебных занятий	Количество академических часов
Лекции	20
Практические занятия и семинары	16
Работа в системе электронного и/или дистанционного обучения	-
Итоговая аттестация	2

Всего часов	38
Виды итогового контроля	Зачет (тестирование)

Образовательная программа предполагает следующие формы участия слушателей:

- посещение лекционных занятий;
- участие в практических и семинарских занятиях.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной образовательной программы
повышения квалификации

«Основы SMM маркетинга: стратегия продвижения агрокомпаний»

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма аттестации
			лекции	практические занятия	
1	2	3	4	5	6
1	Подготовка к продвижению бизнеса в социальных сетях	6	4	2	-
2	Начало работы в социальных сетях	7	3	4	-
3	Создание и оформление контента	9	5	4	-
4	Создание и развитие сообщества в социальных сетях	8	3	5	-
5	Реклама и аналитика в социальных сетях	6	5	1	-
	Итоговая аттестация	2	-	2	зачет
	ИТОГО	38	20	18	-