

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:** 54 часа

**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.

| <b>Вид учебных занятий</b>                                  | <b>Количество академических часов</b> |
|---|---------------------------------------|
| Лекции  | 20                                    |
| Практические занятия и семинары                             | 16                                    |
| Работа в системе электронного и/или дистанционного обучения | 16                                    |

|                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| Итоговая аттестация     | 2                    |
| <b>Всего часов</b>      | <b>54</b>            |
| Виды итогового контроля | Зачет (тестирование) |

Образовательная программа предполагает следующие формы участия слушателей:

- посещение лекционных занятий;
- участие в практических и семинарских занятиях;
- работа в системе электронного и/или дистанционного обучения.

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной образовательной программы  
повышения квалификации

**«Основы SMM маркетинга: стратегия продвижения агрокомпании»**

| №<br>п/п | Наименование<br>разделов и дисциплин                | Всего<br>часов | В том числе        |           |  |                  | Форма<br>аттестации |
|----------|---|----------------|--------------------|-----------|--|------------------|---------------------|
|          |   |                | Аудиторные занятия |           |  | ДОТ <sup>1</sup> |                     |
|          |   |                | Всего              | Лекции    | Практические,<br>лабораторные,<br>семинарские<br>занятия |                  |                     |
| 1        | 2   | 3              | 4                  | 5         | 6  | 7                | 8                   |
| 1        | Подготовка к продвижению бизнеса в социальных сетях | 9              | 6                  | 4         | 2  | 3                | -                   |
| 2        | Начало работы в социальных сетях                    | 10             | 7                  | 3         | 4  | 3                | -                   |
| 3        | Создание и оформление контента                      | 12             | 9                  | 5         | 4  | 3                | -                   |
| 4        | Создание и развитие сообщества в социальных сетях   | 12             | 8                  | 3         | 5  | 4                | -                   |
| 5        | Реклама и аналитика в социальных сетях              | 9              | 6                  | 5         | 1  | 3                | -                   |
|          | Итоговая аттестация                                 | 2              | 2                  | -         | 2  | -                | зачет               |
|          | <b>ИТОГО</b>  | <b>54</b>      | <b>38</b>          | <b>20</b> | <b>18</b>  | <b>16</b>        | <b>-</b>            |

<sup>1</sup> При применении дистанционных образовательных технологий все аудиторные занятия (лекции, практические занятия) заменяются на самостоятельное изучение слушателем учебных материалов и самостоятельное выполнение практических заданий (при наличии), размещенных в системе дистанционного обучения Moodle