

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ, РАЗВИТИЯ  
БИЗНЕСА И УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор ООО «ЦОРБУС»**



**Е.Н. Алашеева**

**01.11.2022 г.**

**Дополнительная профессиональная программа  
повышения квалификации  
«Продвижение бизнеса в социальных сетях»  
72 академических часа**

**г. Сызрань, 2022 год**

## **Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Продвижение бизнеса в социальных сетях»**

### **1. Цель реализации программы**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации направлена на совершенствование профессионального уровня слушателей в рамках имеющейся квалификации, развитие компетенций, необходимых для профессиональной деятельности, направленной на управление репутацией бренда, личности, организации, создание комплекса маркетинговых мероприятий при работе с социальными сетями.

### **2. Планируемые результаты обучения**

В результате освоения программы слушатель должен

#### **знать:**

- принципы функционирования современных социальных медиа;
- источники трафика;
- особенности привлечения аудитории различных социальных медиа;
- способы рекламы в социальных сетях и специфику рекламных компаний в различных соцсетях;
- способы удержания клиента;
- основы СММ-аналитики;
- алгоритм разработки визуальной концепции и образа бренда;
- правила создания и оформления постов;
- основы копирайтинга;
- основы управления репутацией бренда, личности, организации;
- основы письменной и деловой коммуникации.

#### **уметь:**

- осуществлять регистрацию и оформление страниц/сообществ в социальных сетях;
- размещать и оформлять посты в социальных сетях с использованием различного типа контента;
- осуществлять выбор наиболее подходящих площадок в социальных медиа для продвижения конкретного продукта (товара, услуги);
- использовать современные инструменты планирования маркетинговых кампаний в социальных сетях;
- анализировать возможности современных программных продуктов в сфере продвижения;
- составлять контент-план;
- разрабатывать визуальную концепцию и образ бренда;
- общаться с представителями целевой аудитории и потенциальными покупателями (клиентами) с соблюдением правил этики делового общения;
- осуществлять деятельность, направленную на прирост аудитории (подписчиков и покупателей) в отдельной социальной сети.

### **3. Категории слушателей**

К освоению программы допускаются лица, имеющие (получающие) среднее профессиональное и (или) высшее образование:

- начинающие SMM-специалисты и интернет-маркетологи;
- специалисты смежных профессий;

- руководители и владельцы бизнеса, которые хотят осуществлять продажи посредством соцсетей;
- самозанятые граждане.

#### 4. Содержание программы

Трудоемкость обучения: 72 академических часа.

Форма обучения: очная, очно-заочная, дистанционная/заочная с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

##### 4.1 Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, ак.час.	В том числе		
			лекции	самостоятельная работа	итоговый контроль
1	Площадки для рекламы и продвижения	7	4	3	
2	Анализ целевой аудитории (ЦА) и конкурентного окружения	7	4	3	
3	Источники трафика	11	6	5	
4	Бесплатные способы продвижения	4	2	2	
5	Платные способы продвижения	4	2	2	
6	Разработка визуальной концепции и образа бренда («упаковка» блога)	11	6	5	
7	Позиционирование эксперта	11	6	5	
8	Выбор контент-стратегии в соответствии с особенностями площадки: ВКонтакте, Телеграм, Инстаграм	15	8	7	
Итоговая аттестация (тестирование)		2			2
ИТОГО:		72	38	32	2

##### 4.2 Учебно-тематический план

№	Наименование модулей и тем	Всего ак.час.	В том числе		
			лекции	самостоятельная работа	итоговый контроль
1.	<b>Модуль 1. Площадки для рекламы и продвижения</b>	7	4	3	
1.1	Анализ и особенности рекламных площадок	4	2	2	
1.2	Подбор социальной сети, удовлетворяющей специфике продвигаемого бизнеса	3	2	1	
2.	<b>Модуль 2. Анализ целевой аудитории (ЦА) и конкурентного окружения</b>	7	4	3	
2.1	Инструменты и способы анализа целевой аудитории	3	2	1	

2.2	Анализ конкурентного окружения. SWOT-анализ и PEST-анализ	4	2	2	
<b>3.</b>	<b>Модуль 3. Источники трафика</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	
3.1	Источники трафика в социальных сетях	3	2	1	
3.2	Анализ источников	4	2	2	
3.3	Инструменты увеличения трафика	4	2	2	
<b>4.</b>	<b>Модуль 4. Бесплатные способы продвижения</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
4.1	Способы и инструменты бесплатного продвижения	4	2	2	
<b>5.</b>	<b>Модуль 5. Платные способы продвижения</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
5.1	Способы и инструменты платного продвижения	4	2	2	
<b>6.</b>	<b>Модуль 6. Разработка визуальной концепции и образа бренда («упаковка» блога)</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	
6.1	Анализ и типирование профиля	3	2	1	
6.2	Разработка визуальной концепции и образа бренда	4	2	2	
6.3	Разработка визуального контента. Контент-план	4	2	2	
<b>7.</b>	<b>Модуль 7. Позиционирование эксперта</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	
7.1	Инструменты создания образа	4	2	2	
7.2	Размещение (позиционирование) информации	3	2	1	
7.3	Разработка стратегии продвижения эксперта	2	2	2	
<b>8.</b>	<b>Модуль 8. Выбор контент-стратегии в соответствии с особенностями площадки: ВКонтакте, Телеграм, Инстаграм</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	
8.1	Структура и сущность контент-стратегии	3	2	1	
8.2	Реализация и примеры контент-стратегии для ВКонтакте	4	2	2	
8.3	Реализация и примеры контент-стратегии для Телеграм	4	2	2	

8.4	Реализация и примеры контент-стратегии для Инстаграм	4	2	2	
9.	<b>Итоговая аттестация (тестирование)</b>	2			2
	<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>	<b>38</b>	<b>32</b>	<b>2</b>

### **4.3. Учебная (рабочая) программа**

#### **Модуль 1. Площадки для рекламы и продвижения.**

Лекции. Анализ и особенности рекламных площадок. Подбор социальной сети, удовлетворяющей специфике продвигаемого бизнеса.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Модуль 2. Анализ целевой аудитории (ЦА) и конкурентного окружения.**

Лекции. Инструменты и способы анализа целевой аудитории. Анализ конкурентного окружения. SWOT-анализ и PEST-анализ.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Модуль 3. Источники трафика.**

Лекции. Источники трафика в социальных сетях. Анализ источников. Инструменты увеличения трафика.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Модуль 4. Бесплатные способы продвижения.**

Лекции. Способы и инструменты бесплатного продвижения.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Модуль 5. Платные способы продвижения.**

Лекции. Способы и инструменты платного продвижения.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Модуль 6. Разработка визуальной концепции и образа бренда («упаковка» блога).**

Лекции. Анализ и типирование профиля. Разработка визуальной концепции и образа бренда. Разработка визуального контента. Контент-план.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Модуль 7. Позиционирование эксперта.**

Лекции. Инструменты создания образа. Размещение (позиционирование) информации. Разработка стратегии продвижения эксперта.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Модуль 8. Выбор контент-стратегии в соответствии с особенностями площадки: ВКонтакте, Телеграм, Инстаграм.**

Лекции. Структура и сущность контент-стратегии. Реализация и примеры контент-стратегии для ВКонтакте. Реализация и примеры контент-стратегии для Телеграм. Реализация и примеры контент-стратегии для Инстаграм.

Самостоятельная работа. Изучение дополнительных материалов модуля.

#### **Итоговая аттестация.**

#### 4.4. Календарный учебный график (порядок освоения модулей)

Режим занятий: 6 академических часов в день

№	Наименование учебных модулей	Сроки изучения
1	Модуль 1. Площадки для рекламы и продвижения	1 день
2	Модуль 2. Анализ целевой аудитории (ЦА) и конкурентного окружения	1 день
3	Модуль 3. Источники трафика	2 дня
4	Модуль 4. Бесплатные способы продвижения	1 день
5	Модуль 5. Платные способы продвижения	1 день
6	Модуль 6. Разработка визуальной концепции и образа бренда («упаковка» блога)	2 дня
7	Модуль 7. Позиционирование эксперта	1 день
8	Модуль 8. Выбор контент-стратегии в соответствии с особенностями площадки: ВКонтакте, Телеграм, Инстаграм	2 дня
	Итоговое тестирование	1 день
<b>Всего:</b>		<b>12 дней</b>

#### 4.5. Оценка качества освоения программы

Итоговая аттестация проводится в форме тестирования.