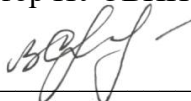


**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ – ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО И
ПОСЛЕВУЗОВСКОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТИРАСПОЛЬСКИЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НУОВПО «ТМУ»


В.В.Ястребова
«31» мая 2022 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

Наименование программы: **Таргетированная реклама: привлечение трафика
из социальных медиа**

Категория слушателей: лица,
владеющие первоначальными навыками работы на ПК

Общая трудоемкость: 57 часов

1. Цель реализации программы: обучить практическим навыкам настройки таргетированной рекламы, получить знания, умения, навыки по выбору целевой аудитории для таргетированной рекламы, по написанию текстов для данного вида рекламы и формированию уникального торгового предложения.

2. Формализованные результаты обучения:

В результате освоения курса слушатели должны владеть компетенциями:

- способностью анализировать возможности рекламы в социальных сетях;
- владением навыками создания уникального торгового предложения;
- владением навыками создания персонализированных аудиторий;
- владением навыками подбора ЦА (целевой аудитории);
- умение определять геотаргетинг;
- способностью создавать различные форматы и стратегии таргетированной рекламы;
- владением навыками создания рекламного кабинета в социальных сетях

3. Содержание программы

3.1. Учебный план

Срок обучения - 57 часов.

Форма обучения – без отрыва от работы

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Количество часов			Форма контроля
		всего	лекции	практические занятия	
1.	Введение и подготовка к запуску рекламной кампании	8	4	4	тестирование
2.	Аналитика размещений в социальных сетях и работа с креативами	8	4	4	тестирование
3.	Инструменты таргетированной Рекламы Вконтакте	12	6	6	тестирование
4.	Инструменты таргетированной рекламы MyTarget	12	6	6	тестирование
5.	Инструменты таргетированной рекламы Facebook и Instagram	12	6	6	тестирование
6.	Разработка стратегии размещения и медиапланирование	5	3	2	тестирование
7.	Итоговая аттестация	57	29	28	зачет

3.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин (модулей)	Количество часов		
		всего	лекции	практические занятия
1.	Введение и подготовка к запуску рекламной кампании	8	4	4
1.1.	Социальные сети и возможности рекламы в социальных сетях	4	2	2
1.2	Как создать уникальное торговое предложение	4	2	2
2.	Аналитика размещений в социальных сетях и работа с креативами	8	4	4
2.1	Аналитика размещений в социальных сетях	4	2	2
2.2	Создание графического контента и копирайтинг для рекламных кампаний	4	2	2
3	Инструменты таргетированной Рекламы Вконтакте	12	6	6
3.1	Парсинг-создаем персонализированные аудитории для «ВКонтакте»	4	2	2
3.2	Особенности продвижения тизеров и записей для различных тематик бизнеса	4	2	2
3.3	Таргетированная реклама «ВКонтакте»: тренды, форматы, таргетинги	4	2	2
4.	Инструменты таргетированной рекламы MyTarget	12	6	6
4.1	Возможности, стратегии и секреты продвижения MyTarget	4	2	2
4.2	Настройка Top Mail, ремаркетинга и персональных аудиторий	4	2	2
4.3	Особенности продвижения в MyTarget для разных тематик бизнеса	4	2	2
5.	Инструменты таргетированной рекламы Facebook и Instagram	12	6	6
5.1	Инструменты таргетирования, оптимизации. Работа с креативами.	4	2	2
5.2	Инструкции по созданию кампаний в Facebook и Instagram	4	2	2
5.3	Основные инструменты для продвижения mobile, eCommerce, Retail. Интеграционные инструменты.	4	2	2
6.	Разработка стратегии размещения и медиапланирование	5	3	2

6.1	Разработка стратегии рекламной кампании	5	3	2
	Итоговая аттестация (зачет)	57	29	28

3.2. Учебная программа

Раздел 1. Введение и подготовка к запуску рекламной кампании (8 час.)

Тема 1.1 Социальные сети и возможности рекламы в социальных сетях (4 час.)

Получить обзорные знания по возможностям социальных сетей

Тема 1.2 Как создать уникальное торговое предложение (4 час.)

Получить навык создания уникального торгового предложения (УТП).

Раздел 2. Аналитика размещений в социальных сетях и работа с креативами (8 час.)

Тема 2.1 Аналитика размещений в социальных сетях (4час.)

Система аналитики в социальных сетях.

Тема 2.2 Создание графического контента и копирайтинг для рекламных кампаний (4 час.)

Навыки создания графических элементов для социальных сетей.

Раздел 3. Инструменты таргетированной рекламы ВКонтакте (12 час.)

Тема 3.1 Парсинг- создаем персонализированные аудитории для «ВКонтакте» (4час.)

Инструментарий пользования парсерами для создания целевой аудитории.

Тема 3.2 Особенности продвижения тизеров и записей для различных тематик бизнеса (4 час.)

Получить навык разработки эффективных тизеров.

Тема 3.3 Таргетированная реклама «ВКонтакте»: тренды, форматы, таргетинги (4 час.)

Общая характеристика трендов, форматов таргетированной рекламы для ВКонтакте.

Раздел 4. Инструменты таргетированной рекламы MyTarget (12 час.)

Тема 4.1 Возможности, стратегии и секреты продвижения MyTarget (4 час.)

Получить обзорные знания по продвижению в MyTarget

Тема 4.2 Настройка Top Mail, ремаркетинга и персональных аудиторий (4 час.)

Система настройки в Top Mail.

Тема 4.3 Особенности продвижения в MyTarget для разных тематик бизнеса (4 час)

Система настройки продвижения в MyTarget для разных тематик бизнеса.

Раздел 5. Инструменты таргетированной рекламы Facebook и Instagram (12 час.)

Тема 5.1 Инструменты таргетирования, оптимизации. Работа с креативами. (4 час.)

Инструментарий для таргетированной рекламы.

Тема 5.2 Инструкции по созданию кампаний в Facebook и Instagram(4час.)

Ознакомление с инструкцией по созданию рекламных кампаний для Facebook и Instagram.

Тема 5.3 Основные инструменты для продвижения mobile, eCommerce, Retail. Интеграционные инструменты. (4 час.)

Изучить инструменты для продвижения: mobile, eCommerce, Retail

Раздел 6. Разработка стратегии размещения и медиапланирование(5 час.)

Тема 6.1 Разработка стратегии рекламной кампании (5 час.)

Система навыков по разработке рекламной стратегии для социальных сетей.

4. Материально-технические условия реализации программы

Лекционные и практические занятия: комплект электронных презентаций, слайдов, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер, ноутбук). Экранно - звуковые пособия, передающие содержание образования через изображение, звук, анимацию:

- электронное пособие к каждому модулю курса;
- дополнительные мультимедийные (цифровые) образовательные ресурсы, интернет-ресурсы, аудиозаписи, видеофильмы, слайды, мультимедийные презентации, тематически связанные с содержанием курса.

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места слушателей, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной среде.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

www.cossa.ru

www.cmsmagazine.ru

www.seonews.ru

www.netology.ru/blog

www.adindex.ru

www.adsoftheworld.com

www.contentmarketinginstitute.com

www.emarketer.com

www.hot-digital.ru

www.sostav.ru

www.vc.ru

5. Учебно-методическое обеспечение программы

- Печатные раздаточные материалы для слушателей
- **Профильная литература:**
 1. Р. Назиров. Таргетированная реклама в социальных сетях. Полное руководство. М.: Билингва, 2016. – 224 с.
 2. И. Севостьянов. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете.- М.: Питер, 2015.- 215 с.
 3. А. Рыкин, И. Севостьянов. Увеличение продаж с SEO.- М.: Питер, 2016.- 272 с.

6. Вопросы к итоговой аттестации:

Вопросы к зачету по курсу

Таргетированная реклама: привлечение трафика из социальных медиа

1. Сущность понятия таргетированная реклама.
2. Понятие и общая характеристика уникального торгового предложения (УТП). Классификация форм представления УТП.
3. Принципы построения рекламного кабинета в MyTarget.
4. Характеристика понятия MyTarget. Сущность и функции.
5. Тизерные системы и их оптимизация в ВКонтакте.
6. Специфика и функции парсинга.
7. Методы построения рекламной стратегии.
8. Сущность понятия геотаргетинга. Специфика и общая характеристика.
9. Как называется обновленный редактор объявлений в рекламном кабинете Facebook? Особенности и функции.
10. Значение показателя «Клики по ссылке» в рекламных объявлениях Facebook.
11. Дополнительные рекламные цели кампании при условии, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало как можно больше людей.
12. Сколько, по мнению Facebook, должно быть текста на рекламном изображении по отношению к площади самого изображения. Обоснование выбора.
13. На каком уровне аккаунта можно задавать цели рекламы на Facebook? Общая характеристика.
14. Система детального таргетинга. Сущность и функции.
15. Способы и направления улучшения эффективности тизера.

16. Что такое аналитика в таргетированной рекламе?
17. Как пополнить рекламный аккаунт Facebook рекламным бюджетом: основные направления.
18. Форма отчета для клиента по таргетированной рекламе.
19. Перечислите социальные сети, которые можно использовать в MyTarget. Охарактеризуйте их.
20. Размер рекламного фото для Instagram. Обоснование выбора.

7. Сведения о педагогических кадрах (преподавателях, ведущих курс)

Приложение №1

Приложение № 1

7. Сведения о педагогических кадрах (преподавателях, ведущих курс)

Ф.И.О.	Дата рождения	Должность по штатному расписанию и условия труда (штат, совместитель, почасовая оплата)	Образование (ВУЗ, СУЗ, год окончания, квалификация по диплому)	Стаж работы педагогический			Ученая степень, звание, квалиф. категория	Педагогическая нагрузка (с учетом внутреннего совместительства)	Основное место работы и должность (для совместителей)
				Общий	всего	по преподаваемому предмету			
3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Бабой Алла Тимофеевна	1979	зав. кафедрой менеджмента и предпринимательства	Московский институт предпринимательства и права 2001г., специализация «Менеджмент организации» квалификация «Менеджер» №№002686 от 10.01.2011г.	16	15	15	Кандидат экономических наук ДКН №000836 от 26.08.2009г. №№002683 от 22.12.2010г.	1,3	НУО ВПШО «ТМУ»
Степанова Ольга Алексеевна	1984	преподаватель совместитель	Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко 2007 г., «Прикладная математика и информатика», квалификация «Математик системный программист». НОУ МО «Тираспольский межрегиональный университет» 2011г., «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» квалификация «экономист-менеджер». ГОУ ДПО «Институт развития образования и повышения квалификации» 2017г., преподаватель	10	10	10		1,4	ТЮИ МВД ПМР, начальник учебно-методического отдела