

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

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор НУОВППО «ТМУ»

  
В.В.Ястребова  
«31» мая 2022 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

Наименование программы: **SMM-МЕНЕДЖЕР: продвижение бизнеса в  
социальных сетях**

Категория слушателей: лица,  
владеющие первоначальными навыками работы на ПК

Общая трудоемкость: 55 часов

ТИРАСПОЛЬ

**1. Цель реализации программы:** <sup>2</sup> обучение практическим основам работы в области SMM-менеджмента; получение знаний в сфере управления группами в социальных сетях, формирование навыков и умений эффективной настройки таргетированной рекламы.

**2. Формализованные результаты обучения:**

*В результате освоения курса слушатели должны владеть компетенциями:*

- способностью использовать официальные сети в интернет-маркетинге;
- способностью создавать контент- план в социальных сетях;
- способностью разрабатывать стратегии присутствия в социальных сетях;
- обладать навыками создания портрета целевой аудитории, привлечения данной аудитории;
- способностью проектировать блоги в социальных сетях.

**3. Содержание программы**

**3.1. Учебный план**

Срок обучения – 55 часов.

Форма обучения – без отрыва от работы

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Количество часов			Форма контроля
		всего	лекции	практические занятия	
1.	Основы Social Media	8	2	6	тестирование
2.	Правильный контент	12	4	8	тестирование
3.	Продвижение и реклама в социальных сетях	28	14	14	тестирование
4.	Формирование лояльности аудитории	4	2	2	тестирование
5.	Финансовое планирование и подведение итогов	3	1	2	тестирование
6.	Итоговая аттестация	<b>55</b>	<b>23</b>	<b>32</b>	<b>зачет</b>

**3.2. Учебно-тематический план**

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин (модулей)	Количество часов		
		всего	лекции	практические занятия
1.	Основы Social Media	8	2	6
1.1.	Социальные сети для бизнеса	4	1	3
1.2	Построение стратегии присутствия в социальных сетях	4	1	3
2.	Правильный контент	12	4	8
2.1	Особенности контента в социальных медиа	4	2	2

2.2	Визуальный контент и дизайн	4	1	3
2.3	Практический креатив в SMM	4	1	3
3	Продвижение и реклама в социальных сетях	28	14	14
3.1	Facebook	4	2	2
3.2	ВКонтакте	4	2	2
3.3	Instagram	4	2	2
3.4	Одноклассники	4	2	2
3.5	Продвижение в мессенджерах	4	2	2
3.6	Таргетированная реклама	4	2	2
3.7	Ретаргетинг и парсинг аудиторий	4	2	2
4.	Формирование лояльности аудитории	4	2	2
4.1	Работа с репутацией	2	1	1
4.2	Комьюнити-менеджмент	2	1	1
5.	Финансовое планирование и подведение итогов	3	1	2
5.1	Финансовое планирование	2	1	1
5.2	Подведение итогов	1		1
	Итоговая аттестация - зачет	<b>55</b>	<b>23</b>	<b>32</b>

### **3.2. Учебная программа**

#### **Раздел №1 Основы Social Media(8час.)**

##### **Тема 1.1** Социальные сети для бизнеса(4час.)

Уметь ориентироваться в социальных сетях, понимать, какие социальные сети подходят для бизнеса.

##### **Тема 1.2** Построение стратегии присутствия в социальных сетях (4час.)

Разработка стратегии присутствия в социальных сетях.

#### **Раздел №2 Правильный контент(12час.)**

##### **Тема 2.1** Особенности контента в социальных медиа(4час.)

Особенности написания текстов для разных направлений деятельности.

##### **Тема 2.2** Визуальный контент и дизайн (4час.)

Создания графических элементов для социальных сетей.

##### **Тема 2.3** Практический креатив в SMM (4 час.)

Каналы вовлечения пользователей социальных сетей в диалог.

#### **Раздел №3 Продвижение и реклама в социальных сетях(28час.)**

**Тема 3.1 Facebook(4час.)**

Специфика настройки рекламной кампании в Facebook.

**Тема 3.2 ВКонтакте (4час.)**

Специфика настройки рекламной кампании в ВКонтакте.

**Тема 3.3 Instagram (4час.)**

Специфика настройки рекламной кампании в Instagram.

**Тема 3.4 Одноклассники (4час.)**

Специфика настройки рекламной кампании в Одноклассниках.

**Тема 3.5 Продвижение в мессенджерах (4час.)**

Особенности настройки рекламы в мессенджерах.

**Тема 3.6 Таргетированная реклама (4час.)**

Настройка таргетированной рекламы в социальных сетях.

**Раздел №4 Формирование лояльности аудитории(4час.)****Тема 4.1 Работа с репутацией (2час.)**

Основы репутационного менеджмента.

**Тема 4.2 Комьюнити-менеджмент (2час.)**

Основы комьюнити-менеджмента.

**Раздел №5 Финансовое планирование и подведение итогов(3час.)****Тема 5.1 Финансовое планирование (2час.)**

Система планирования рекламного бюджета.

**Тема 5.2 Подведение итогов (1час.)**

Аналитика рекламных кампаний с точки зрения финансов и эффективности рекламных кампаний.

**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](http://www.cossa.ru)  
[www.cmsmagazine.ru](http://www.cmsmagazine.ru)  
[www.seonews.ru](http://www.seonews.ru)  
[www.netology.ru/blog](http://www.netology.ru/blog)  
[www.adindex.ru](http://www.adindex.ru)  
[www.adsoftheworld.com](http://www.adsoftheworld.com)  
[www.contentmarketinginstitute.com](http://www.contentmarketinginstitute.com)  
[www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)  
[www.hot-digital.ru](http://www.hot-digital.ru)  
[www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)  
[www.vc.ru](http://www.vc.ru)

## 5. Учебно-методическое обеспечение программы

- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- **Профильная литература:**
  1. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Новые практики и технологии. Спб.: Питер, 2016.
  2. Маркетинг в социальных сетях. М.: Иванов и Фербер, 2016.
  3. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство. М.: Литагент Альпина, 2015.
  4. Артем Сенаторов. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег. М.: Литагент Альпина, 2015.
  5. Дамир Халилов. Маркетинг в социальных сетях. М.: Иванов и Фербер, 2016.

## 6. Вопросы к итоговой аттестации:

### *Вопросы к зачету по курсу SMM-МЕНЕДЖЕР: продвижение бизнеса в социальных сетях*

1. Понятие «Social Media». Определение, функции.
2. Социальные сети в бизнес-системе. Архитектура «клиент-сервис».
3. Методы построения стратегии присутствия в социальных сетях.
4. Принципы создания правильного контента.
5. Специфика контента в социальных медиа. Общая характеристика.
6. Визуальный контент и дизайн как инструмент маркетинга.
7. Слагаемые практического креатива в SMM.
8. Развитие бизнеса и стратегия рекламы в Facebook.
9. Развитие бизнеса и стратегия рекламы в ВКонтакте.
10. Развитие бизнеса и стратегия рекламы в Instagram.
11. Продвижение в мессенджерах. Понятие, общая характеристика.
12. Таргетированная реклама как перспективный канал для продвижения товаров, услуг, сервисов.
13. Ретаргетинг как эффективный рекламный механизм. Сервисы парсинга.

14. Принципы формирования лояльности аудиторий<sup>6</sup>.
15. Создание портрета целевой аудитории.
16. Работа с репутацией. Основные направления.
17. Комьюнити- менеджер как важное звено между создателем бренда (товара) и потребителями. Отличие от классического менеджмента.
18. Финансовое планирование SMM- менеджмента.
19. Маркетинг-технологии в социальных сетях как процесс привлечения внимания через социальные платформы.
20. Профессия SMM- специалиста. Основные навыки и спектр задач.

## **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
Рабой Алла Тимофеевна	1979	зав. кафедрой менеджмента и предпринимательства	Московский институт предпринимательства и права 2001г., специальность «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 ВППО «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» 2011г., преподаватель	10	10	10		1,4	ТЮИ МВД ПМР, начальник учебно-методического отдела