

Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Институт бизнеса и информационных технологий»



УТВЕРЖДАЮ

Директор
О.В. Обухов
2024 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Продвижение и продажи в цифровом пространстве»

Разработчики программы:

Летов Е.И. – ВКС, основатель и директор компании «ПромоЭксперт», практикующий специалист в SEO продвижении.

Екатеринбург
2024

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Актуальность программы

Программа востребована на рынке образовательных услуг, так как данное направление обучения повышает эффективность продвижения товаров и услуг в социальных сетях. Работа в социальных сетях нацелена на экономию средств, а также на расширение деятельности компании. По мнению исследователей рынка труда потребность в таких специалистах будет только возрастать.

Цель и задачи программы:

Получение компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере продвижения товаров, услуг, бренда в социальных сетях.

Нормативно-правовые акты, в соответствии с которыми разработана программа:

- Нормативную правовую основу разработки программы составляют:
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
 - Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Программа разработана на основе профессиональных стандартов (квалификационных требований) в соответствии с требованиями профессионального стандарта 06.025 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 29 сентября 2020 г. N 671н, и компетенции Worldskills Russia «Интернет-маркетинг»

Структура программы включает:

Основные характеристики программы: цель и задачи, содержание и планируемые результаты, рабочие программы дисциплин, календарный учебный график, учебно-тематический план, систему оценки качества освоения программы.

Программа является практико-ориентированной, направленной на развитие умений и навыков общения в сфере социальных сетей.

Организационно-педагогические условия реализации: учебно-методический план, формы итогового контроля, список литературы.

Категория обучающихся, на обучение которых рассчитана программа: действующие субъекты малого и среднего предпринимательства Свердловской области.

Базовый уровень образования обучающихся: среднее профессиональное, высшее.

Нормативный срок освоения программы – 32 часа.

Длительность обучения – 2 недели.

Режим обучения – 15-17 академических часов в неделю.

Форма обучения – без отрыва от работы.

Количество обучающихся от 10-200 человек.

Форма организации образовательного процесса - групповая

Технология освоения – он-лайн

Форма итоговой аттестации – зачет.

Документы о квалификации:

Удостоверение о повышении квалификации установленного образца, выдается обучающимся с указанным базовым уровнем образования, прослушавшим все разделы программы и успешно прошедшим итоговую аттестацию.

Справка, установленного в организации образца, выдается обучающимся, освоившим не все разделы программы и (или) освоившим программу без прохождения итоговой аттестации.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Программа направлена на освоение (совершенствование) следующих профессиональных компетенций по видам профессиональной деятельности.

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
1	2	3	4	5
ВД-1 Информационно-аналитическая деятельность:	ПК-8 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;	Владение методами экономического и организационного моделирования, проектирование финансовых и управленческих проектов.	Принимать решения в расплывчатых условиях	Владеть современным и методами получения результата при решении сложных задач;
	ПК-11 умение анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;	Владение методами анализ рыночных рисков для принятия решений.	Учитывать риски при принятии управленческих решений в стратегическом, тактическом и оперативном управлении;	Владеть современным и методами анализа для решения сложных задач.
ВД-2 Информационная деятельность:	ППК-7 умение сбора информации для анализа спроса на производимую продукцию или услуги и прогноза сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей;	Владеть методом сбора информации.	Принимать решения для выбора критериев оценки потребителей для сбора информации	Владеть современным и методами сбора информации и принятие решений на основании полученных данных.
	ППК-10 умение обработки, анализа и интерпретации информации для оценки эффективности оперативных управленческих решений.	Навык обработки и анализа полученных данных на основании исследований.	Принятие решений на основании полученных данных	Владеть методами обработки и анализа данных

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Образовательная дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Продвижение и реклама в социальных сетях» осуществляется в течение 2 недель, с нагрузкой 15-17 часов в неделю проводится в соответствии с утвержденным расписанием. Расписание составляется для каждой группы обучающихся по мере формирования.

Неделя/дисциплина	распределение аудиторных часов по разделам программы												
	Целевая аудитория	Продажи в социальных сетях	Уникальное торговое предложение и позиционирование	Тексты	Контент-стратегия и контент-план	Коммуникации (комьюнити) в сообществах	Истории в социальных сетях	В контакте с ВКонтакте	Телеграм	Бесплатное продвижение и лидеры мнений. Работа с заказчиком	Рекламный кабинет ВКонтакте	Итоговая аттестация	Итого в неделю
1	2	2	2	2	4	0	4	4	0	0	0	0	12
2	0	0	0	0	0	4	4	4	2	2	2	4	20
Итого	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	32

5.УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля (экзамен, зачет)
			Теорет. занятия	Практ. занятия	Самост. работа	
1	2	3	4	5	6	7
1	Целевая аудитория	2	2	0	0	-
2	Продажи в социальных сетях	2	2	0	0	-
3	Уникальное торговое предложение и позиционирование	2	2	0	0	-
4	Тексты	2	2	0	0	-
5	Контент-стратегия и контент-план	4	4	0	0	-
6	Коммуникации (комьюнити) в	4	4	0	0	-

	сообществах					
7	Истории в социальных сетях	4	4	0	0	-
8	В контакте с ВКонтакте	4	4	0	0	-
9	Телеграм	2	2	0	0	-
10	Бесплатное продвижение и лидеры мнений. Работа с заказчиком	2	2	0	0	-
11	Рекламный кабинет ВКонтакте	2	2	0	0	-
12	Итоговая аттестация	4	0	0	4	Тест
13	ВСЕГО:	32	28	0	4	

6. РАБОЧИЕ УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ РАЗДЕЛОВ

6.1. Рабочая учебная программа раздела

Целевая аудитория

Цель изучения раздела: обеспечение знаний обучающихся в области использования анализа целевой аудитории, основ потребительского поведения, основ коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использования полученных знания в практической работе.

Результаты освоения:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Инструменты анализа целевой аудитории;
- Основы потребительского поведения;
- Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Умеет:

- Создавать портрет потребителя

Учебно-тематический план раздела

Наименование раздела, тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Целевая аудитория	2	2	0	0	-

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Целевая аудитория	Изучить методы анализа целевой аудитории, способы создания портрета потребителей. Изучить способы взаимодействия
В том числе:	

Практические занятия	Сделать портрет потребителя
Самостоятельная работа	
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9. Анастасия Югова, Продвижение Вконтакте, АСТ, 2021 10. Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017

6.2. Рабочая учебная программа раздела

«Продажи в социальных сетях»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний обучающихся в области методов оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории, основ письменной коммуникации, комплекса маркетинговых мероприятий и принципов функционирования современных социальных медиа, использования полученных знаний в практической работе.

Результаты освоения:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Особенности аудитории различных социальных медиа
- Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории
- Основы письменной коммуникации
- Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями
- Принципы функционирования современных социальных медиа

Умеет:

- Использовать инструментарий современных социальных медиа
- Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа
- Анализировать тематику площадок в социальных медиа
- Обрабатывать графические и текстовые материалы в социальных медиа

- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Продажи в социальных сетях	2	2	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Продажи в социальных сетях	Ознакомление с сервисами по графике и сервисами SMM и принципами работы в социальных сетях.
В том числе:	
Практические занятия	Выбрать необходимые сервисы для дальнейшей работы
Самостоятельная работа	-
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9. Анастасия Югова, Продвижение Вконтакте, АСТ, 2021 10. Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017

6.3 Рабочая учебная программа раздела «Уникальное торговое предложение и позиционирование»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний, обучающихся в области привлечения целевой аудитории, основ деловой коммуникации, связей с общественностью, использования полученных знания в практической работе.

Результаты освоения раздела:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
- Основы деловой коммуникации
- Основы управления репутацией бренда, личности, организации
- Основы связей с общественностью
- Основы письменной коммуникации

Умеет:

- Использовать инструментарий современных социальных медиа
- Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Уникальное торговое предложение и позиционирование	2	2	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Уникальное торговое предложение и позиционирование	Изучить принцип составления УТП и позиционирования.
В том числе:	
Практические занятия	Составить УТП, написать текст для поста в Instagram
Самостоятельная работа	Составить УТП, написать текст для поста в Instagram
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	Основная литература: 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во

	<p>Горячая линия-Телеком, 2011</p> <p>4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г.</p> <p>5.Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018</p> <p>6.Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021</p> <p>7.Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019</p> <p>8.Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018</p> <p>9.Анастасия Югова, Продвижение Вконтакте, АСТ, 2021</p> <p>10.Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017</p>
--	--

6.4 Рабочая учебная программа раздела «Тексты»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний, обучающихся в области копирайтинга и веб-райтинга, основ деловой коммуникации, связей с общественностью и написания текстов информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа, использования полученных знания в практической работе.

Результаты освоения раздела:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
- Основы копирайтинга и веб-райтинга
- Основы деловой коммуникации
- Основы управления репутацией бренда, личности, организации
- Основы связей с общественностью
- Основы письменной коммуникации

Умеет:

- Использовать инструментарий современных социальных медиа
- Использовать профессиональные инструменты для проверки текстов
- Использовать современное программное обеспечение для разработки календарных планов продвижения в социальных медиа
- Составлять тексты информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа
- Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество
- Составлять планы проведения конкурсов и реализовывать их
- Составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Тексты	2	2	0	0	Не

					предусмотрена
--	--	--	--	--	---------------

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Тексты	Методы написания текстов.
В том числе:	
Практические занятия	Написать текст для поста в ВКонтакте
Самостоятельная работа	Написать текст для поста в ВКонтакте
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5.Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6.Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7.Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8.Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9.Анастасия Югова, Продвижение Вконтакте, АСТ, 2021 10.Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017

6.5. Рабочая учебная программа раздела «Контент-стратегия и контент-план»

Цель изучения раздела: Ознакомление с контент-стратегией и контент-планом. Важность личного бренда и искренности в продвижении

Результаты освоения раздела:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Основы составления контент-плана;

Умеет:

- Составлять контент-план;

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Контент-стратегия и контент-план	4	4	0	0	Не предусмотрена

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Контент-стратегия и контент-план	Ознакомление с контент-стратегией и контент-планом. Важность личного бренда и искренности в продвижении
В том числе:	
Практические занятия	Составление контент-плана
Самостоятельная работа	Составить контент-плана
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5.Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблицер, 2018 6.Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7.Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8.Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9.Анастасия Югова, Продвижение Вконтакте, АСТ, 2021 10.Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблицер, 2017

6.6 Рабочая учебная программа раздела «Коммуникации (комьюнити) в сообществах»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний, обучающихся в области копирайтинга и веб-райтинга, основ деловой коммуникации, связей с общественностью и написания текстов информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа, использования полученных знания в практической работе.

Результаты освоения раздела:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Основы копирайтинга и веб-райтинга
- Основы деловой коммуникации
- Основы управления репутацией бренда, личности, организации
- Основы связей с общественностью
- Основы медиапланирования
- Признаки накрутки аудитории
- Правила оформления резюме и портфолио

Умеет:

- Вести переговоры с лидерами мнений и блогерами
- Определять ненадежных блогеров
- Привлекать новых участников и анализ поведения комьюнити
- Использовать современное программное обеспечение для разработки календарных планов продвижения в социальных медиа
- Налаживать общения внутри сообщества
- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа
- Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество
- Создавать креативные механики для вовлечения аудитории
- Составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их
- Отрабатывать негативные отзывы

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Коммуникации (комьюнити) в сообществах	4	4	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
-----------------------------	---

Коммуникации (комьюнити) в сообществах	Как найти блогеров для рекламы, как определить накрутку у блогера, поиск отзывов и упоминаний о бренде, как работать с негативом.
В том числе:	
Практические занятия	Определить накрутку блогеров
Самостоятельная работа	Написать темы аккаунтов, у которых вы хотели бы разместить рекламу
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9. Анастасия Югова, Продвижение ВКонтакте, АСТ, 2021 10. Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017

6.7 Рабочая учебная программа раздела «Истории в социальных сетях»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний, обучающихся в области копирайтинга и веб-райтинга, основ деловой коммуникации, связей с общественностью и написания текстов информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа, использования полученных знания в практической работе.

Результаты освоения раздела:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Основы деловой коммуникации
- Основы управления репутацией бренда, личности, организации
- Основы связей с общественностью
- Основы медиапланирования

Умеет:

- Привлекать новых участников и анализ поведения комьюнити

- Использовать современное программное обеспечение для разработки календарных планов продвижения в социальных медиа
- Налаживать общения внутри сообщества
- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа
- Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество
- Создавать креативные механики для вовлечения аудитории
- Составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их
- Отрабатывать негативные отзывы

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Истории в социальных сетях	4	4	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Истории в социальных сетях	Вовлечение аудитории посредством историй. Изучить методы оформления.
В том числе:	
Практические занятия	Составление истории
Самостоятельная работа	Написать план выхода историй в Вконтакте. Описать содержание.
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	Основная литература: 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021

	<p>7. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019</p> <p>8. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018</p> <p>9. Анастасия Югова, Продвижение ВКонтакте, АСТ, 2021</p> <p>10. Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017</p>
--	--

6.8 Рабочая учебная программа раздела «В контакте с ВКонтакте»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний обучающихся в области методов оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории, основ письменной коммуникации, комплекса маркетинговых мероприятий и принципов функционирования современных социальных медиа, использования полученных знаний в практической работе. **Результаты освоения раздела:**

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Особенности аудитории различных социальных медиа
- Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории
- Основы письменной коммуникации
- Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями
- Принципы функционирования современных социальных медиа

Умеет:

- Использовать инструментарий современных социальных медиа
- Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа
- Анализировать тематику площадок в социальных медиа
- Обрабатывать графические и текстовые материалы в социальных медиа
- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
В контакте с ВКонтакте	4	4	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
-----------------------------	---

В контакте с ВКонтакте	Изучить методы работы в ВКонтакте.
В том числе:	
Практические занятия	Создать группу во ВКонтакте
Самостоятельная работа	Создать страницу под партфолио
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9. Анастасия Югова, Продвижение ВКонтакте, АСТ, 2021 10. Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017

6.9 Рабочая учебная программа раздела «Телеграм»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний обучающихся в области методов оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории, основ письменной коммуникации, комплекса маркетинговых мероприятий и принципов функционирования современных социальных медиа, использования полученных знаний в практической работе. **Результаты освоения раздела:**

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Особенности аудитории различных социальных медиа
- Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории
- Основы письменной коммуникации
- Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями
- Принципы функционирования современных социальных медиа

Умеет:

- Использовать инструментарий современных социальных медиа
- Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа

- Анализировать тематику площадок в социальных медиа
- Обработать графические и текстовые материалы в социальных медиа
- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Телеграм	2	2	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Телеграм	Изучить методы работы в Телеграм.
В том числе:	
Практические занятия	Создать канал в Телеграм
Самостоятельная работа	Создать канал в Телеграм
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5.Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6.Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7.Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8.Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9.Анастасия Югова, Продвижение Вконтакте, АСТ, 2021 10.Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер,

**6.10 Рабочая учебная программа раздела
«Бесплатное продвижение и лидеры мнений. Работа с заказчиком»**

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний, обучающихся в области копирайтинга и веб-райтинга, основ деловой коммуникации, связей с общественностью и написания текстов информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа, использования полученных знания в практической работе.

Результаты освоения раздела:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Основы копирайтинга и веб-райтинга
- Основы деловой коммуникации
- Основы управления репутацией бренда, личности, организации
- Основы связей с общественностью
- Основы медиапланирования
- Признаки накрутки аудитории
- Правила оформления резюме и портфолио

Умеет:

- Вести переговоры с лидерами мнений и блогерами
- Определять ненадежных блогеров
- Привлекать новых участников и анализ поведения комьюнити
- Использовать современное программное обеспечение для разработки календарных планов продвижения в социальных медиа
- Налаживать общения внутри сообщества
- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа
- Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество
- Создавать креативные механики для вовлечения аудитории
- Составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их
- Отрабатывать негативные отзывы

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции и	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Бесплатное продвижение и лидеры мнений. Работа с заказчиком	2	2	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Бесплатное продвижение и лидеры мнений. Работа с заказчиком	Изучить брифинг, документацию, рекламу у блогеров. Рекламные аккаунты, настройка рекламы, аналитика
В том числе:	
Практические занятия	Анализ блогеров по тематикам.
Самостоятельная работа	Подготовить рекламный кабинет для размещения рекламной кампании
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа
Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9. Анастасия Югова, Продвижение ВКонтакте, АСТ, 2021 10. Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017

6.11 Рабочая учебная программа раздела «Рекламный кабинет ВКонтакте»

Цель изучения раздела: обеспечение глубоких знаний обучающихся в области размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы, особенностей поведения пользователей современных социальных медиа, рекламных возможностей современных социальных медиа, рекламных кампании конкурентов в социальных медиа, использования полученных знания в практической работе.

Результаты освоения раздела:

Освоивший раздел обучающийся

Знает:

- Основы рекламы
- Основы маркетинга

- Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы
 - Стратегии размещения рекламных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы
 - Особенности поведения пользователей современных социальных медиа
- Умеет:**
- Использовать инструментарий современных социальных медиа
 - Обработать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ контент
 - Использовать рекламные возможности современных социальных медиа
 - Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа
 - Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа
 - Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-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

Учебно-тематический план раздела

Наименование разделов и тем	Все го, час.	В том числе:			Форма контроля
		Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	
Рекламный кабинет ВКонтакте	2	2	0	0	Не предусмотрена

Содержание раздела

Наименование разделов и тем	Содержание (по темам), а также тематика практических занятий (семинаров, лабораторных занятий), самостоятельной работы, описание применяемых образовательных технологий и рекомендуемых методических материалов, Интернет-ресурсов, содержание контрольных материалов
Рекламный кабинет ВКонтакте	Изучение рекламного кабинета ВКонтакте
В том числе:	
Практические занятия	Критерии поиска аудитории. Планирование. Сбор сообществ. Виды поиска. Оценка сообществ. Сегментирование сообществ. Широкие аудитории вконтакте.
Самостоятельная работа	Составить карту интересов для 2-х персонажей, найти базовое сообщество, проанализировать его, загрузить 4 горячих аудитории, создайте широкую аудит
Применяемые образовательные технологии	Дискуссии, кейсы, упражнения, индивидуальная работа

Рекомендуемые методические материалы, Интернет-ресурсы	<p>Основная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мика Соломон. Высокие технологии работы с клиентами. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 2. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2013 3. Юрасов А., Иванов А. Интернет-маркетинг. Изд-во Горячая линия-Телеком, 2011 4. Кот Д. PRO копирайтинг. Как продать кота Питер, 2022г. 5. Максим Ильяхов Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст, Альпина Паблишер, 2018 6. Денис Каплунов, Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста, Издательство Э, 2021 7. Дмитрий Кот, Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех, Питер СПб, 2019 8. Тимур Асланов, Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов, Питер СПб, 2018 9. Анастасия Югова, Продвижение Вконтакте, АСТ, 2021 10. Артем А. Сенаторов, Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство, Альпина Паблишер, 2017
--	---

7. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка результатов освоения программы обучающимися включает текущий контроль по темам (выполнение устных заданий, выполнение домашних заданий) и итоговую аттестацию в форме зачета

1. Итоговая аттестация организуется и проводится с целью проверки качества знаний и умений учащихся в соответствии с требованиями программы. К итоговой аттестации допускаются обучающиеся, освоившие полный курс обучения.

2. Форма проведения итоговой аттестации: тест.

Количество обучающихся присутствующих на зачете не более 200 человек. Оценивание результатов сдачи зачета осуществляется преподавателем, проводившим обучение. Допускается однократная пересдача зачета.

Результаты итоговой аттестации оцениваются отметками: зачёт либо незачёт и оформляются протоколом.

Оценка «зачет»-«незачет» выставляется по следующим критериям:

«ЗАЧТЕНО»

Оценка «Зачтено» выставляется слушателю, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу использует его, не допуская существенных неточностей в ответе на тестовые вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Не менее 70% правильных ответов при решении тестов

«НЕ ЗАЧТЕНО»

Оценка «Не зачтено» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно. Менее 70% правильных ответов при решении тестов.

Лицам, успешно освоившим образовательную программу и прошедшим итоговую аттестацию выдается удостоверение, установленного в организации образца.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть образовательной программы и (или) отчисленным из организации выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому организацией, осуществляющей образовательную деятельность.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

8.1. Перечень нормативно-правовых документов

Программа разработана в соответствии с положениями, статьями и пунктами:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минобрнауки России от 22.12.2014 № 1601 «О продолжительности рабочего времени (нормах часов педагогической работы за ставку заработной платы) педагогических работников и о порядке определения учебной нагрузки педагогических работников, оговариваемой в трудовом договоре»;
- Приказ Минобрнауки России от 11.05.2016 № 536 «Об утверждении Особенности режима рабочего времени и времени отдыха педагогических и иных работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность»;
- Постановление Правительства РФ от 18 сентября 2020 г. N 1490 "О лицензировании образовательной деятельности"