

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор (по цифровой
трансформации и стратегическому развитию)

М.В. Чистяков

января 2025 г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

программа повышения квалификации

«SMM-специалист»

для лиц, имеющих высшее и/или среднее профессиональное образование

*Программа разработана с учетом требований профессиональных стандартов
Специалист по интернет-маркетингу (Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N
95н); Специалист по информационным ресурсам (Приказ Минтруда России от 19 июля 2022
г. № 420н).*

144 академических часа

Форма обучения: очно-заочная, с применением исключительно электронного обучения,
дистанционных образовательных технологий

Ярославль 2025

АННОТАЦИЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «SMM-специалист» направлена на формирование у слушателей общепрофессиональных компетенций в области маркетинга в социальных сетях и комьюнити-менеджмента в части анализа конкурентов, кабинетного и полевого исследований целевой аудитории, формирования контент-стратегии и непосредственно разработки контента под интересы потребителей, а также дальнейшей работы по объединению привлечённых пользователей в сообщества.

Программа разработана с учетом квалификационных требований к должностям менеджера по рекламе и менеджера по связям с общественностью (Постановление Минтруда России от 21 августа 1998 г. N 37 "Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях", подраздел "Должности руководителей, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях"),

а также требований:

- профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу (Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N 95н);
- профессионального стандарта Специалист по информационным ресурсам (Приказ Минтруда России от 19 июля 2022 года N 420н).

В результате обучения выпускник будет способен:

проводить анализ конкурентов в социальных сетях для выявления их позитивного и негативного опыта online-взаимодействия с аудиторией;

определять необходимые для продвижения продукта характеристики клиента при помощи специальных инструментов для исследования целевой аудитории (персональные характеристики, метод персон, метод Шеррингтона, карта эмпатии);

применять модели потребительского поведения для разработки эффективных рекламных сообщений для целевой аудитории организации с учётом портрета целевого клиента;

формировать контент-стратегию компании для привлечения и удержания выбранных целевых сегментов;

размещать рекламные сообщения на аккаунтах компании в социальных сетях ВКонтакте и Telegram;

эффективно обрабатывать комментарии пользователей, в том числе, в части снижения негативных реакций;

настраивать и запускать таргетированную рекламу в рекламном кабинете социальной сети ВКонтакте;

отслеживать эффективность таргетированной рекламы при помощи специальных метрик.

Требования к слушателям: высшее или среднее профессиональное образование.

Объем программы: 144 ак. часа, с учетом всех видов учебной нагрузки.

Срок реализации программы: 6 недель, в соответствии с календарным графиком.

Форма обучения: очно-заочная, с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают *удостоверение о повышении квалификации установленного образца.*

1. Общие сведения

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации (ДПП ПК) «SMM-специалист» устанавливает требования к результатам обучения, определяет содержание и виды учебных занятий и контроля результатов обучающихся.

ДПП ПК предназначена для преподавателей, и лиц, осваивающих образовательную программу (слушателей).

ДПП ПК реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Используемый при реализации онлайн-курс ««SMM-специалист» содержит учебные и контрольно-измерительные материалы, необходимые для осуществления мероприятий промежуточного и итогового контроля и достижения всех запланированных результатов обучения. Учебные материалы включают:

- видеозаписи лекций по всем темам программы,
- видеозаписи практических занятий с примерами решаемых заданий,
- текстовые и презентационные материалы по всем темам программы,
- тестовые задания, обеспечивающие использование средств автоматизированного контроля,
- материалы для самостоятельного изучения.

2. Цели и результаты освоения программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «SMM-специалист» направлена на формирование у слушателей общепрофессиональных компетенций в области маркетинга в социальных сетях и комьюнити-менеджмента в части кабинетного и полевого исследований целевой аудитории, формирования контент-стратегии и непосредственно разработки контента под её интересы, а также дальнейшей работы по объединению привлечённых пользователей в сообщества.

Программа разработана с учетом:

квалификационных требований к должностям менеджера по рекламе и менеджера по связям с общественностью (Постановление Минтруда России от 21 августа 1998 г. N 37 "Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях", подраздел "Должности руководителей, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях"),

а также требований:

- профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу (Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N 95н);
- профессионального стандарта Специалист по информационным ресурсам (Приказ Минтруда России от 19 июля 2022 года N 420н).

Целью программы является **совершенствование профессиональных компетенций**, необходимых, в частности, для осуществления следующих трудовых функций работников интернет-маркетинга в соответствии с профессиональными стандартами:

Наименование профессионального стандарта	Уровень квалификации	Трудовая функция	Трудовые действия
Специалист по интернет-маркетингу	4	В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения	Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети
	4	В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе

Специалист по информационным ресурсам	5	В/01.5 Поиск информации по тематике сайта	Выявление потенциальных источников информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)
	5	В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	Составление кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах
	5	В/05.5 Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	Обработка комментариев пользователей, подготовка оперативных ответов или поручение этой задачи сотрудникам организации
			Модерирование сообщений и комментариев пользователей Повышение посещаемости, снижение негативных реакций, поддержание дружелюбной тональности в комментариях к официальным сообщениям организации

В результате обучения выпускник будет способен:

Проводить анализ конкурентов в социальных сетях для выявления их позитивного и негативного опыта online-взаимодействия с аудиторией;

Определять необходимые для продвижения продукта характеристики клиента при помощи специальных инструментов для исследования целевой аудитории (персональные характеристики, метод персон, метод Шеррингтона, карта эмпатии);

Применять модели потребительского поведения для разработки эффективных рекламных сообщений для целевой аудитории организации с учётом портрета целевого клиента;

Формировать контент-стратегию компании для привлечения и удержания выбранных целевых сегментов;

Размещать рекламные сообщения на аккаунтах компании в социальных сетях ВКонтакте и Telegram;

Эффективно обрабатывать комментарии пользователей, в том числе, в части снижения негативных реакций;

Настраивать и запускать таргетированную рекламу в рекламном кабинете социальной сети ВКонтакте;

Отслеживать эффективность таргетированной рекламы при помощи специальных метрик;

Слушатель должен знать

Типы контента в социальных сетях

Модели для написания продающих постов в социальных сетях

Инструменты для планирования контента

Дополнительные сервисы для работы с контентом

Сервисы для разработки и редактирования статичного визуального контента.

Основы комьюнити-менеджмента

Программное обеспечение комьюнити-менеджера

Слушатель должен уметь

Анализировать целевую аудиторию компании

Планировать реализацию SMM-стратегии

Разрабатывать текстовый контент для социальных сетей

Разрабатывать визуальный контент для социальных сетей
 Работать с онлайн-аудиторией
 Запускать таргетированную рекламу ВКонтакте
 Создавать, настраивать и наполнять telegram-канал.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшие итоговую аттестацию, получают **удостоверение о повышении квалификации установленного образца.**

Нормативно-правовая база программы

Программа разработана с учетом требований:

Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 года № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 года № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»;

- Профессионального стандарта Специалист по интернет-маркетингу. Приказ Минтруда России от 19 февраля 2019 года N 95н;

- Профессионального стандарта Специалист по информационным ресурсам. Приказ Минтруда России от 19 июля 2022 года N 420н.

Требования к слушателям. Высшее или среднее профессиональное образование.

Объем программы: 144 ак.часа, с учетом всех видов учебной нагрузки.

Срок реализации программы: 6 недель, в соответствии с календарным графиком.

Форма обучения: очно-заочная, с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Учебный план

№	Наименование тем, разделов	Всего ак. часов	В том числе			Форма контроля результатов освоения
			Лекции	Практические занятия	СР	
1	Модуль 1. Введение в SMM	9	5		4	Тест по модулю 1
2	Модуль 2. Разработка SMM-стратегии	20	5	10	5	Тест по модулю 2
3	Модуль 3. Разработка текстового контента для социальных сетей	28	6	13	9	Тест по модулю 3
4	Модуль 4. Разработка визуального контента для социальных сетей	22	3	15	4	Тест по модулю 4
5	Модуль 5. Основы комьюнити-менеджмента	16	4	7	5	Тест по модулю 5
6	Модуль 6. Продвижение ВКонтакте	32	6	19	7	Тест по модулю 6
7	Модуль 7. Продвижение в Telegram	15	3	7	5	Тест по модулю 7
8	Итоговая аттестация	2			2	Итоговый тест

	Всего часов	144	32	71	41	
--	-------------	-----	----	----	----	--

4. Календарный график

Планируемый срок освоения учебного материала – 6 недель (без отрыва от работы, 24 часа в неделю).

№ п/п	Наименование раздела	Учебная неделя, к-во часов					
		1	2	3	4	5	6
1.	Модуль 1. Введение в SMM	9					
2.	Модуль 2. Разработка SMM-стратегии	15	5				
3.	Модуль 3. Разработка текстового контента для социальных сетей		19	9			
4.	Модуль 4. Разработка визуального контента для социальных сетей			15	7		
5.	Модуль 5. Основы комьюнити-менеджмента				16		
6.	Модуль 6. Продвижение ВКонтакте				1	24	17
7.	Модуль 7. Продвижение в Telegram						6
8.	Итоговая аттестация						4
	<i>Всего часов</i>	<i>24</i>	<i>24</i>	<i>24</i>	<i>24</i>	<i>24</i>	<i>24</i>

5. Рекомендуемые источники и литература

1. Альварес Синди. Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development. М. 2016 г. <https://cdn.dasreda.ru/storage-data/c51f50a1-729d-4301-868b-74a724b5574f/kak-sozdat-produkt-kotoryy-kupyat-metod-lean-customer-development-53872.pdf>

2. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст. М. 2017 г. <https://files.nazaryev.ru/books/lesswrite.pdf>

4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/

5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

6. Авторы программы:

Программа разработана и реализуется Институтом цифрового педагогического дизайна ЯрГУ

№ п/п	Фамилия, Имя, Отчество	Ученая степень и ученое звание	Основное место работы, должность
1	Нечаев Владислав Леонидович	-	Практикующий специалист по интернет-маркетингу, преподаватель ЯрГУ им П. Г. Демидова
2	Власова Александра Александровна	к.полит.н., доцент	Ярославский государственный университет им. П.Г.Демидова, заведующий кафедрой социальных технологий