

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВО «СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ:

Директор

НОЦ «Институт непрерывного
образования»

Е.В. Мошкина

2021 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«SMM: Маркетинг в Instagram (базовый уровень)»

Красноярск 2021

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Аннотация программы

На сегодняшний день, по результатам многочисленных исследований, основная часть новых и/или перспективных профессий на российском рынке труда появляется в ИТ-сфере. И это не только общероссийский тренд, но и общемировой. Катализатором к развитию маркетинга и рекламы становится SMM и цифровой маркетинг. Потребность в продвижении бренда, вывод новых продуктов на рынок, увеличение продаж, улучшение имиджа, а также уход бизнеса в онлайн и необходимость более тщательного исследования конкурентов приводит к появлению новых профессий в этой сфере.

Актуальность представленной программы обусловлена также высоким ростом активности пользователей социальной сети Instagram. По данным сайта «АКАР» за 2021 год, российский рынок интернет-рекламы вырос на 14 % – это самый высокий рост из всех сегментов. Средний чек покупки в социальных сетях в 1 кв. 2021 года по сравнению с 1 кв. 2020 вырос в три раза и достиг 1476,54 рублей. Сумма продаж через социальные сети в первом квартале 2021 года выросла на 36 % (Admitad, 2021).

Содержание программы «SMM: маркетинг в Instagram (базовый уровень)» – это актуальные на сегодняшний день знания и инструменты, которые помогут освоить это направление с нуля. В программу включены как основы маркетинга, использование инструментов платформы, стратегии продаж через сторис, так и оформление (конкретного) аккаунта. Преимущество в том, что мы делаем акцент на рекламе в одной социальной сети, а также в возможности практически применить полученные знания в рамках программы.

1.2. Цель программы

Цель программы повышения квалификации – получение новых компетенций, необходимых для использования социальной сети Instagram в качестве рекламной площадки (бизнеса/услуг).

1.3. Компетенции (трудовые функции) в соответствии с Профессиональным стандартом (формирование новых или совершенствование имеющихся)

В соответствии с профессиональным стандартом 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года № 95н) можно выделить следующие трудовые действия, на формирование и совершенствование которых направлена программа:

G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа.
- G/04.5 Привлечение пользователей в интернет-сообщество.
- G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа.

1.4. Планируемые результаты обучения

Слушатель в результате освоения программы сможет достичь следующих результатов:

1. Иметь общее представление о социальной сети Instagram, потенциальных возможностях площадки и мерах безопасности.
2. Знать основы маркетинга с точки зрения использования их в социальной сети.
3. Формировать стратегии продвижения с использованием аналитических инструментов. Выстраивать эффективную работу с блогерами и другими партнерами, исходя из задач аккаунта.
4. Писать продающие посты, учитывая особенности текстов для Instagram, тренды и стилистику.

5. Создавать связку Facebook–Instagram, бизнес страницу, бизнес-менеджер и рекламный аккаунт на Facebook. Запускать рекламные кампании через интерфейс рекламного кабинета Facebook и Instagram;
6. Планировать ленту Instagram с учетом особенностей цветового круга, цветового оформления, эмоционального и рационального визуального оформления.
7. Реализовывать продукт/услугу через сторис, с учетом их типов и спектра возможностей, с помощью инструментов для монтажа и оформления сторис.

1.5. Категория слушателей

Слушатели, имеющие среднее профессиональное или высшее образование.

Слушателями программы могут быть выпускники высших и средне-специальных учебных заведений, а также специалисты, работающие в организациях по направлениям «Маркетинг», «Связи с общественностью», желающие расширить свои компетенции; самозанятые граждане и владельцы бизнеса, желающие вести аккаунт самостоятельно.

1.6. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение

Уровень функциональной компьютерной грамотности не ниже базового (владение основными интернет-технологиями (веб-поиск, электронная почта, социальные сервисы), офисными программами).

1.7. Продолжительность обучения: 80 академических часов.

1.8. Форма обучения: очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

1.9. Требования к материально-техническому обеспечению, необходимому для реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации (требования к аудитории, компьютерному классу, программному обеспечению)

Компьютерный мультимедийный класс с интерактивной доской и проектором.

1.10. Документ об образовании: удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование и содержание разделов и тем программы	Всего часов	В том числе:		Результаты обучения
			Контактная работа	Самостоятельная работа	
1.	Базовый блок	10	8	2	Иметь общее представление о социальной сети Instagram, потенциальных возможностях площадки и мерах безопасности
2.	Аналитика в Instagram	10	8	2	Знать основы маркетинга с точки зрения использования их в социальной сети
3.	Органические методы продвижения	10	8	2	Формировать стратегии продвижения с использованием аналитических инструментов; Выстраивать эффективную работу с блогерами и другими партнерами, исходя из задач аккаунта
4.	Копирайтинг: тексты в Instagram	15	10	5	Писать продающие посты, учитывая особенности текстов для Instagram, тренды и стилистику
5.	Таргетированная реклама в Instagram	15	10	5	Создавать связку Facebook-Instagram, бизнес страницу, бизнес-менеджер и рекламный аккаунт на Facebook; Запускать рекламные кампании через интерфейс рекламного кабинета Facebook и Instagram
6.	Визуальное оформление аккаунта	10	8	2	Планировать ленту Instagram с учетом особенностей цветового круга, цветового оформления, эмоционального и рационального визуального оформления
7.	Сторис –инструмент продвижения 2021	8	6	2	Реализовывать продукт/услугу через сторис, с учетом их типов и спектра возможностей, с помощью инструментов для монтажа и оформления сторис
	Итоговый контроль	2	2		
	ИТОГО	80			

2.2. План учебной деятельности

Результаты обучения	Учебные действия/формы текущего контроля	Используемые ресурсы/ инструменты/технологии
РО-1. Иметь общее представление о социальной сети Instagram, потенциальных возможностях площадки и мерах безопасности	Освоение теоретического материала по заданной тематике. Решение кейсов по настройке аккаунтов	Интерактивные лекции, задания, тестирование в электронном курсе LMS Moodle по основам социальной сети Instagram; отработка навыков на тестовом аккаунте Instagram
РО-2. Знать основы маркетинга с точки зрения использования их в социальной сети	Освоение теоретической информации по основам маркетинга	Интерактивные лекции, задания, тестирование в электронном курсе LMS Moodle по основам маркетинга
РО-3. Формировать стратегии продвижения с использованием аналитических инструментов. Выстраивать эффективную работу с блогерами и другими партнерами, исходя из задач аккаунта	Изучение практических инструментов для продвижения в сети Instagram. Решение кейсов по заданной тематике. Тест для самоконтроля	Интерактивные лекции, задания на электронном курсе LMS Moodle по аналитическим инструментам и подбору блогеров для продвижения Instagram; отработка навыков на тестовом аккаунте Instagram
РО-4. Писать продающие посты, учитывая особенности текстов для Instagram, тренды и стилистику	Изучение основ копирайтинга и особенностей площадки Instagram. Практические задания по закреплению навыков	Интерактивные лекции, задания на электронном курсе LMS Moodle по написанию текстов для Instagram; отработка навыков на тестовом аккаунте Instagram
РО-5. Создавать связку Facebook-Instagram, бизнес-страницу, бизнес-менеджер и рекламный аккаунт на Facebook. Запускать рекламные кампании через интерфейс рекламного кабинета Facebook и Instagram	Самостоятельное изучение видеоматериалов. Освоение теоретических основ работы рекламного кабинета и практические задания по настройке рекламного кабинета Facebook. Тестовое задание	Интерактивные лекции, задания на электронном курсе LMS Moodle по созданию связки Facebook-Instagram и созданию бизнес-страницы, бизнес-менеджера и рекламного аккаунта на Facebook; отработка навыков на тестовом аккаунте Instagram
РО-6. Планировать ленту Instagram с учетом особенностей цветового круга, цветового оформления, эмоционального и рационального визуального оформления	Разбор визуальных составляющих аккаунта в Instagram, практические задания на отработку цветовых сочетаний и визуального стиля аккаунта, разбор основ мобильной фотосъемки	Интерактивные лекции, задания в электронном курсе LMS Moodle по планированию ленты для социальной сети Instagram; отработка навыков на тестовом аккаунте Instagram
РО-7. Реализовывать продукт/услугу через сторис, с учетом их типов и спектра возможностей, с помощью инструментов для монтажа и оформления сторис	Освоение теоретического материала по построению воронки продаж, практическая отработка материала – составление работающего контент-плана для реального аккаунта	Интерактивные лекции, задания на электронном курсе LMS Moodle по монтажу и оформлению сторис для социальной сети Instagram; отработка навыков на тестовом аккаунте Instagram

2.3. Виды и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа предусмотрена по каждой теме программы и заключается в отработке полученных навыков. Формы организации самостоятельной работы: работа с рекомендованной литературой; изучение видеоматериалов, обсуждение результатов в электронных средствах коммуникации, групповая работа в профессиональном комьюнити; создание тестового проекта для отработки навыков.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

3.1. Учебно-методическое обеспечение, в т.ч. электронные ресурсы в корпоративной сети СФУ и сети Интернет

1. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать. – СПб., 2012. – 192 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете (Top Business Awards) / Ф. Котлер. – М.: Эксмо, 2017. – 102 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 211 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд / Ф. Котлер, А. Гари. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
5. Огилви, Д. Огилви о рекламе [пер. с англ.] / Д. Огилви. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 239 с.
6. Роздольская И.В., Осадчая С.М., Лихонин К.В. Инновационные маркетинговые коммуникации. – Белгород, 2015. – 248 с.
7. Парабеллум А.Н., Мрочковский Н.Е. Инфобизнес. Зарабатываем на продаже информации. – СПб, 2013. – 256 с.
8. Теренина К.И. Особенности продвижения товара через социальные платформы. Вып. № 9-1. – М., 2015.
9. Щербаков С.Е. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM – менеджера. – СПб, 2015. – 170 с.
10. Чалдини Р. Психология влияния. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2020. – 480 с. (Серия «Мастера психологии»).
11. Zarella D. The social media marketing book. CA. – 2009. – 244 с.
12. Tuten T. Michael Solomon. Social Media Marketing. London, 2012.

3.2. Программное обеспечение (информационные обучающие системы, системы вебинаров, сетевые ресурсы хостинга видео, изображений, файлов, презентаций и др.)

1. Видеокурс «Генератор продаж. Курс про арсенал маркетинга для увеличения ваших продаж от автора самого крупного блога по маркетингу в Инстаграм @popartmarketing» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popartmarketing.net/course/8>.
2. Видеокурс «Как настроить рекламу в Instagram? Чтобы Научиться Привлекать Клиентов в Свои или Чужие Проекты» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://igorzuevich.com/targett/?utm_medium=blogigorzuevich&utm_source=razdekkurs&utm_campaign=targetinginsta&utm_content=book.
3. Практический онлайн-курс по заработку в сети Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://milasmm.com/#rec267420209>.

Приложения: Lightroom, Canva, Snapseed, Facetune, VSCO, PicsArt, Preview, UnUm, InStories, Unfold, InShot§.

IV. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

4.1. Формы аттестации, оценочные материалы, методические материалы

Обучение по программе «SMM: маркетинг в Instagram (базовый уровень)» предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий, сдачу зачетов, защиту проекта (оформление аккаунта).

4.2. Требования и содержание итоговой аттестации

Основанием для аттестации является защита оформленного аккаунта с настроенной таргетированной рекламой.

Программу составили:

Специалист по связям с общественностью, фрилансер

Ю.В. Рябова

Специалист по связям с общественностью,
маркетолог, фрилансер

М.Е. Томашевич

Начальник отдела программ и проектов Департамента
довузовской подготовки и нового набора СФУ

М.В. Кузнецова

Руководитель программы:

Заместитель руководителя Департамента
довузовской подготовки и нового набора СФУ

О.И. Холостова