АНО «Развитие человеческого капитала»
Обособленное подразделение «Техноград»

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Генерального директора
АНО «Развитие человеческого капитала»
№ ОД-332/25 от «1» октября 2025 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

Наименование программы

«Продвижение в социальных сетях»

Категория слушателей: начинающие SMM-специалисты, контент-менеджеры, копирайтеры, таргетологи, интернет-маркетологи, специалисты по управлению репутацией, инфлюенсеры, комьюнити-менеджеры, бильд-редакторы, контент-креаторы AI, медиабайеры, сторисмейкеры, специалисты по коллаборациям, сторителлеры, SMM-модераторы, креативные продюсеры, медиапланеры, контент-стратеги, модераторы комментариев, специалисты по видеоконтенту, менеджеры блогера, менеджеры маркетплейсов, контент-менеджеры со специализацией SEO, специалисты по контекстной рекламе, редакторы AI, контент-маркетологи, контекстологи, инфлюенс-маркетологи, трафик-менеджеры, руководители по цифровой трансформации, MarTech-специалисты, performance-маркетологи, SMM-аналитики, бренд-менеджеры, маркетологи-аналитики, лица старше 18 лет, заинтересованные в получении новых компетенций, студенты вузов и учреждений СПО, обучающиеся по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Коммерция (по отраслям)», «Менеджмент», «Бизнес-информатика»

Объем: 40 часов.

Форма обучения: электронная.

Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы: сертификат о прохождении курса.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН[1]

Наименование компонентов программы	Обязательные аудиторные учебные занятия (ч.)		Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа (ч.)	Всего учебной нагрузки (ч.)
	всего	в т.ч. практических и семинарских занятий		
Модуль 1. Обзор основных принципов продвижения в социальных сетях.	**-**	-	6	**6**
Текущий контроль: тестирование.	**2**	2	-	**2**
Модуль 2. Контент как необходимый элемент продвижения.	**-**	-	5	**5**
Текущий контроль: тестирование.	**2**	2	-	**2**
Модуль 3. Работа с блогерами и партнерами.	**-**	-	5	**5**
Текущий контроль: тестирование.	**2**	2	-	**2**
Модуль 4. Основы создания таргетированной рекламы. Настройка и работа с аудиториями.	**-**	-	5	**5**
Текущий контроль: тестирование.	**2**	2	-	**2**
Модуль 5. Основы создания таргетированной рекламы. Создание рекламных объявлений и аналитика.	**-**	-	5	**5**
Текущий контроль: тестирование.	**2**	2	-	**2**
Промежуточная и итоговая аттестации	**4**	4	-	**4**
ИТОГО:	**14**	**14**	**26**	**40**

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ, РАЗДЕЛАМ (МОДУЛЯМ)

[1] В учебном плане отражены занятия, проводимые в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Наименование тем, разделов (разделов)	Содержание тем, разделов (модулей)
Модуль 1. Обзор основных принципов продвижения в социальных сетях.	Обзор ключевых социальных сетей. Пол пользователей. Региональное распределение. Дополнительные (нишевые, новые) социальные сети. Создание аккаунта или страницы для бизнеса. Название и тематика группы, контактные данные. Подготовка к продвижению, каналы продвижения и показатели эффективности. Охват, вовлеченность, количество лидов. **Текущий контроль № 1.** Тестирование. **Самостоятельная работа № 1.** Изучение видеолекций и учебно-методического материала для подготовки к итоговой аттестации (пункт 6.3 программы).
Модуль 2. Контент как необходимый элемент продвижения.	Аудитория и ее потребности. Формула распределения контента по видам. «Пустой» контент. Принципы создания текстов для соцсетей. Приемы для вовлечения аудитории. Идеи конкурсов и игр для социальных сетей. Визуальный контент, изображения для иллюстрирования постов. Видео, живые фото, stories, прямые эфиры. **Текущий контроль № 2.** Тестирование. **Самостоятельная работа № 2.** Изучение видеолекций и учебно-методического материала для подготовки к итоговой аттестации (пункт 6.3 программы).
Модуль 3. Работа с блогерами и партнерами.	Способы поиска блогеров и партнеров, серфинг, биржи блогеров. Сообщества в социальных сетях. Способы проверки блогеров и партнеров. Анализ «вручную», накрутка лайков, комментариев, качество подписчиков. Правила общения с блогером, стиль письма, обсуждение цен. Создание рекламы у блогера. Взаимопиар и гостевой постинг. **Текущий контроль № 3.** Тестирование. **Самостоятельная работа № 3.** Изучение видеолекций и учебно-методического материала для подготовки к итоговой аттестации (пункт 6.3 программы).
Промежуточная аттестация	**Выполнение практического задания.**
Модуль 4. Основы создания таргетированной рекламы. Настройка и работа с аудиториями.	Выбор целей для настройки таргетированной рекламы. Рекламный кабинет. Характеристики: пол, возраст, география. Работа с холодной и горячей аудиторией. Собственные источники (сайт, приложение), список клиентов, офлайн и онлайн действия. Формы генерации лидов. Настройка бюджета и графика. Ограничение показов, дневной

	лимит, настройка цены. **Текущий контроль № 4.** Тестирование. **Самостоятельная работа № 4.** Изучение видеолекций и учебно-методического материала для подготовки к итоговой аттестации (пункт 6.3 программы).
Модуль 5. Основы создания таргетированной рекламы. Создание рекламных объявлений и аналитика.	Правила рекламной деятельности. Модель AIDA, модель ЦЭВД, модель PPHS. Правила создания рекламного текста и изображения. Тестирование запуска рекламной кампании. Вставка ссылки в рекламном кабинете. Аналитика, получение результатов. Аукцион. Популярность объявления. Измерение показателей CPC и CTR. **Текущий контроль № 5.** Тестирование. **Самостоятельная работа № 5.** Изучение видеолекций и учебно-методического материала для подготовки к итоговой аттестации (пункт 6.3 программы).
Итоговая аттестация	**Выполнение практического задания.**