

SMM-специалист: расширенный курс

7 месяцев

продолжительность курса

Формат обучения

теория в тренажёре + воркшопы



01	SMM и цели бизнеса: погружаемся в логику маркетинговой воронки	2 недели
02	Что нужно знать на старте	2 недели
03	Способы бесплатного продвижения в соцсетях	2 недели
04	Способы платного продвижения в соцсетях	2 недели
05	Создание контента	2 недели
06	Ведение соцсетей	2 недели
07	Анализ эффективности SMM-продвижения	2 недели
08	Промежуточная аттестация	2 недели
09	Углублённые навыки в создании контента	2 недели
10	Креативный контент: идеи, тренды, спецпроекты	2 недели
11	Контент-воронка и лидогенерация — инструменты бизнеса в соцсетях	2 недели
12	Автоматизация процессов в SMM	2 недели
13	Специфика продвижения в разных нишах	2 недели
14	Софтскилы для успешной работы	1 неделя
15	Дипломная работа	1 неделя

SMM и цели бизнеса: погружаемся в логику маркетинговой воронки

01

[2 недели,
30 часов]

Воркшоп

Брифинг с заказчиком или руководителем — основные шаги и подводные камни

Содержание

Тема 1. SMM в общей маркетинговой стратегии бизнеса

1. Основы маркетинга: как продвигается бизнес
2. Этапы маркетинговой воронки и цели бизнеса
3. SMM как часть маркетинговой стратегии
4. Тестирование по теме «SMM в общей маркетинговой стратегии бизнеса»

Тема 2. Цели SMM-продвижения

1. SMM-стратегия: постановка целей и задач SMM-продвижения
2. Малый, средний, крупный бизнес: нюансы продвижения в соцсетях
3. Бриф с заказчиком или руководителем: ключевые принципы
4. Проводим брифинг: основные этапы и принципы деловой коммуникации

Тема 3. Курсовая работа

Формулирование целей SMM-продвижения бизнеса

Что нужно знать на старте

02

[2 недели,
36 часов]

Воркшоп

Нестандартные соцсети и их возможности

Инструменты

LiveDune, SMMplanner, Popsters, Pepper.Ninja, TGStat

Содержание

Тема 1. Сбор данных перед подготовкой плана продвижения в соцсетях

1. Что нужно знать специалисту перед подготовкой плана продвижения?
2. Анализ текущего положения соцсетей заказчика
3. Обзор рынка: какие бывают конкуренты
4. Анализ конкурентов: количественные метрики
5. Анализ конкурентов: качественные метрики
6. Что такое целевая аудитория?
7. Способы анализа целевой аудитории
8. Составляем портрет целевой аудитории — метод персон
9. Тренды в SMM-индустрии — как с ними работать?

Тема 2. Обзор возможностей соцсетей и мессенджеров

1. Базовые принципы продвижения в соцсетях
2. ВКонтакте: аудитория и цели бизнеса
3. ВКонтакте: продвижение и аналитика
4. Телеграм: аудитория и форматы
5. Телеграм: продвижение и аналитика
6. Другие соцсети: Одноклассники, Дзен, Youtube
7. Подбираем соцсети для продвижения под цели бизнеса
8. Как реагировать на изменения в соцсетях
9. Тестирование по теме «Обзор возможностей соцсетей»

Тема 3. Курсовая работа

Проведение анализа перед созданием плана продвижения

Способы бесплатного продвижения в соцсетях

03

[2 недели,
32 часа]

Воркшоп

Прожарка брендов: разбираем удачные и неудачные примеры ToV и визуального языка компаний

Содержание

Тема 1. Послание и ценности бренда в SMM-продвижении

1. Что такое послание бренда, и как оно связано с SMM-продвижением
2. Tone of Voice в продвижении бизнеса
3. Визуальный язык бренда
4. Кейс: разрабатываем Tone of Voice и визуальный стиль заказчика
5. Тестирование по теме «Послание и ценности бренда в SMM-продвижении»

Тема 2. Способы бесплатного продвижения

1. Ключевые форматы контента и их функции в продвижении
2. Основные типы и инструменты бесплатного продвижения в соцсетях
3. Что такое контент-план и как его подготовить
4. Кейс: подготовка контент-плана для продвижения ВКонтакте и Телеграме

Тема 3. Курсовая работа

Составление контент-плана

Способы платного продвижения в соцсетях

04

[2 недели,
36 часов]

Воркшоп

Собираем медиаплан под задачи реального бизнеса

Инструменты

A/B-тестирование, VK Реклама, TargetHunter, маркет-платформа ВКонтакте, Telegram Ads, MTC Маркетолог, Telega.in, LabelUp, Perfluence, Similarweb

Содержание

Тема 1. Обзор возможностей платного продвижения

1. Основные инструменты платного продвижения в соцсетях
2. Основы таргета: как настроить рекламу в соцсетях
3. VK Реклама: ВКонтакте, Одноклассники, Дзен
4. Рекламный кабинет Telegram Ads
5. Посевы — нативная реклама в соцсетях

6. Работа с блогерами и инфлюенсерами: основные возможности и площадки
7. Как подобрать блогера и спланировать размещение
8. Брифинг блогеров
9. Закон о маркировке рекламы
10. Бонус-урок: SMM-конструктор — подбираем инструменты под цели продвижения
11. Тестирование по теме «Обзор возможностей платного продвижения»

Тема 2. Подготовка медиаплана

1. Что такое медиаплан?
2. Основные метрики и KPI: определяем критерии эффективности продвижения
3. Экономика продвижения: считаем бюджет
4. Защищаем медиаплан перед клиентом
5. Кейс: подготовка медиаплана для ВКонтакте и Телеграма

Тема 3. Курсовая работа

Составление медиаплана

Создание контента

05

[2 недели,
32 часа]

Воркшоп

Прожарка контента: какие примеры можно считать удачными?

Инструменты

Главред, Орфограммка, CapCut, VSCO,
Adobe Photoshop Lightroom, Figma, YandexGPT, Шедеврум

Содержание

Тема 1. Подготовка контента: роли и задачи

1. Роли и задачи в работе над контентом
2. Как найти подрядчика и поставить ему ТЗ на разработку контента
3. Софтскилы в SMM: как организовать работу по производству контента
4. Тестирование по теме «Поиск исполнителя и постановка ТЗ на разработку контента»

Тема 2. Создание контента: основные инструменты

1. Типы постов для соцсетей и их цели в продвижении
2. Основы копирайтинга: как создать хороший текст
3. Форматы видеоконтента и их цели в продвижении
4. Основные инструменты для создания видеоконтента
5. Графический и фотоконтент: как создать или подобрать в готовых источниках
6. Возможности и ограничения нейросетей в создании контента

Тема 3. Курсовая работа

Создание контента для продвижения в соцсетях

Ведение соцсетей

06

[2 недели,
30 часов]

Воркшоп

Кейсы ведения соцсетей: привлекаем и удерживаем подписчиков

Инструменты

Wordstat, ChatKeeperBot, UTM-метки, BotHunter

Содержание

Тема 1. Подготовка аккаунта к продвижению

1. Как подготовить аккаунт в соцсети к продвижению
2. Создаём и оформляем аккаунт ВКонтакте и Одноклассниках
3. Создаём и оформляем канал и чат в Телеграме
4. Создаём и оформляем аккаунт в Дзене
5. Тестирование по теме «Подготовка аккаунта к продвижению»

Тема 2. Работа с пользователями

1. Комьюнити: создаём и поддерживаем
2. Как удерживать подписчиков и работать с их лояльностью
3. Коммуникация и продажи: как общаться с пользователями, чтобы превратить их в покупателей
4. Как работать с обратной связью подписчиков
5. Тестирование по теме «Работа с аудиторией бизнеса в соцсетях»

Анализ эффективности SMM-продвижения

07

[2 недели,
32 часа]

Воркшоп

Анализируем эффективность SMM-продвижения и защищаем результаты перед заказчиком

Инструменты

LiveDune, VK Реклама

Содержание

Тема 1. Сбор и анализ метрик по каналам продвижения

1. Вспоминаем метрики эффективности SMM-продвижения
2. Сбор метрик ВКонтакте
3. Сбор метрик в Телеграме
4. Сбор метрик в Одноклассниках
5. Сбор метрик в Дзене
6. Сбор метрик с помощью сервиса LiveDune
7. Сбор метрик кабинета VK Реклама
8. Тестирование по теме «Сбор метрик эффективности SMM-продвижения»

Тема 2. Оптимизация SMM-стратегии

1. Как делать выводы из анализа метрик
2. Логика улучшений: как формулировать предложения на основе полученных данных
3. Как подготовить отчёт для заказчика или руководителя
4. Софтскилы в SMM: как провести встречу с заказчиком по результатам продвижения
5. Софтскилы в SMM: Как отработать возражения заказчика

Тема 3. Курсовая работа

Анализ эффективности SMM-продвижения и предложение улучшений

Промежуточная аттестация

08

[2 недели,
28 часов]

Подготовка и защита плана SMM-продвижения бренда

Воркшоп

Q&A перед промежуточной аттестацией

Углублённые навыки в создании контента

09

[2 недели,
12 часов]

Воркшоп
Создаём сторителлинг-контент для бренда

Содержание

Тема 1. Креативы, тексты, видео

1. Навыки копирайтинга: практикум по созданию текстов для соцсетей
2. Нативные тексты, посеы и интеграции
3. Правила создания рекламных креативов и объявлений
4. Визуальное оформление рекламного креатива
5. Видеопроизводство: пишем сценарии для роликов
6. Видеопроизводство: снимаем видео для ВКонтакте и YouTube
7. Ещё раз про закон о маркировке рекламы — разбираемся в тонкостях

Тема 2. Сторителлинг в создании контента

1. Что такое сторителлинг, и как он используется в SMM
2. Сторителлинг в создании текстов
3. Сторителлинг и видеоконтент
4. Кейс: сторителлинг как часть маркетинговой стратегии бизнеса

Тема 3. Курсовая работа

Создание постов, рекламных креативов и сценариев видео по контент-плану заказчика

Креативный контент: идеи, тренды, спецпроекты

10

[2 недели,
10 часов]

Воркшоп
Работа с инсайтами и создание креативного контента для бренда

Содержание

Тема 1. Креативное создание контента

1. Что такое креатив в SMM
2. Креативные методологии — как рождаются идеи
3. Креатив и тренды — как искать и адаптировать идеи
4. Кейс: создание креативного контента для бренда

Тема 2. Спецпроекты в SMM

1. Виды и задачи спецпроектов
2. Этапы разработки и запуска спецпроекта в SMM
3. Дополнительные инструменты для создания спецпроектов
4. Кейс: запуск спецпроекта

Тема 3. Курсовая работа

Подготовка креативного контент-плана под цели заказчика и создание спецпроекта

Контент-воронка и лидогенерация — инструменты бизнеса в соцсетях

11

[2 недели,
9 часов]

Воркшоп
Создаём сторителлинг-контент для бренда

Содержание

Тема 1. Выстраиваем и наполняем контент-воронку

1. Что такое контент-воронка в соцсетях
2. Создаём контент для каждого этапа воронки
3. Кейс: контент-воронка ВКонтакте
4. Кейс: контент-воронка в Телеграме

Тема 2. Лидогенерация в соцсетях

1. Лидогенерация в SMM: задачи и нюансы
2. Инструменты лидогенерации в соцсетях
3. Кейс: привлекаем лиды и расширяем клиентскую базу

Тема 3. Курсовая работа

Проектирование контент-воронки под цели заказчика

Автоматизация процессов в SMM

12

[2 недели,
12 часов]

Воркшоп
Проектируем чат-бот под задачи бизнеса

Содержание

Тема 1. Настройка чат-ботов и рассылок ВКонтакте

1. Основной функционал чат-бота и рассылки ВКонтакте
2. Этапы настройки чат-бота и рассылки ВКонтакте
3. Скрипты, сценарии, тексты
4. Кейс: настройка чат-бота ВКонтакте под цели бизнеса

Тема 2. Настройка чат-ботов и рассылок в Телеграме и WhatsApp

1. Чат-бот в Телеграме: возможности и нюансы
2. Настраиваем чат-бот в Телеграме и пишем тексты для него
3. Кейс: автоматизация продвижения и общения с клиентами в Телеграме
4. Возможности продвижения в WhatsApp
5. Настройка чат-ботов и рассылок в WhatsApp

Тема 3. Курсовая работа

Создание сценария для чат-бота и текста рассылки

Специфика продвижения в разных нишах

13

[2 недели,
6 часов]

Воркшоп
Стратегия продвижения для необычного заказчика

Содержание

Тема 1. Как работать с заказчиками из разных сфер

1. Сфера услуг: образование и медицина
2. Сфера услуг: спорт и красота
3. Сфера услуг: банкинг и финансовые операции
4. Товары: крупные магазины, монобренды, фешн
5. Как развивать личный бренд заказчика в соцсетях
6. Автоматизированное тестирование по теме «Как работать с заказчиками из разных сфер»

Тема 2. HR-SMM

1. SMM для HR-бренда — что это и каким компаниям нужно
2. Построение HR-бренда и выбор каналов продвижения
3. Специфика контента для HR-бренда
4. Кейс: развиваем HR-бренд компании
5. Автоматизированное тестирование по теме «SMM для HR-бренда»

Софтскилы для успешной работы

14

[1 неделя,
4 часа]

Воркшоп
Решение конфликта с заказчиком

Содержание

Тема 1. Мягкие навыки в SMM

1. Адаптивность и стрессоустойчивость: как привыкнуть к постоянным изменениям
2. Коммуникация и отработка негатива: как работать со сложными заказчиками
3. Тайм-менеджмент и планирование: как настроить свою и командную работу

4. Навыки самопомощи: боремся со стрессом и выгоранием
5. Автоматизированное тестирование по теме «Мягкие навыки в SMM»

[1 неделя,
20 часов]

Разработка креативного контент-плана и автоматизация SMM-процессов под цели заказчика

Медведев Кирилл
Директор АНО ДПО «Образовательные
технологии Яндекса»

