

🕒 Продолжительность курса: 4 месяца

📄 8 воркшопов

🔍 программа трудоустройства и карьерной акселерации

SMM-специалист

программа курса

**SMM и цели бизнеса:
погружаемся в логику
маркетинговой воронки**

2 недели

**Что нужно знать
SMM-специалисту
на старте работы?**

2 недели

**Изучаем способы бесплатного
продвижения в соцсетях
и составляем контент-план**

2 недели



**Изучаем способы платного
продвижения в соцсетях
и составляем медиаплан**

2 недели

**Создаём контент
для соцсетей**

2 недели

**Создаём и ведём
аккаунты в соцсетях**

2 недели



**Анализируем эффективность
SMM-продвижения
и предлагаем улучшения**

2 недели

Дипломная работа

2 недели



Модуль 1. SMM и цели бизнеса: погружаемся в логику маркетинговой воронки

🕒 2 недели, 30 часов

Тема 1. Определяем место SMM в общей стратегии продвижения бизнеса

- Основы маркетинга: как продвигается бизнес
- Что такое маркетинговая воронка
- Этапы маркетинговой воронки и цели бизнеса
- SMM как часть «большого» продвижения бренда
- Итоговый тест «Место SMM в маркетинговой воронке компании/бизнеса»

Тема 2. Формулируем цели SMM-продвижения

- SMM-стратегия: постановка целей и задач SMM-продвижения
- Малый, средний, крупный бизнес: нюансы продвижения в соцсетях
- Бриф с заказчиком или руководителем: ключевые принципы
- Софтскилы в SMM: эффективное общение с заказчиком или руководителем

Тема 3. Курсовая работа

«Кейс 1. Формулируем цель SMM-продвижения бизнеса»

Воркшопы

- Онбординг на курс
- Брифинг с заказчиком или руководителем — основные шаги и подводные камни

Модуль 2. Что нужно знать SMM-специалисту на старте работы?

🕒 2 недели, 36 часов

Тема 1. Проводим обзор возможностей соцсетей и мессенджеров

- Базовые принципы продвижения в соцсетях
- ВКонтакте: обзор платформы
- Телеграм: возможности мессенджера для бизнеса
- Другие соцсети: Одноклассники, Яндекс Дзен, YouTube
- Подбираем соцсети для продвижения под цели бизнеса
- Как реагировать на изменения в соцсетях
- Итоговый тест «Как подобрать соцсети для продвижения под цели бизнеса»

Тема 2. Собираем данные перед подготовкой плана продвижения в соцсетях

- Что нужно знать специалисту перед подготовкой плана продвижения?
- Анализ текущего положения соцсетей заказчика
- Обзор рынка: прямые и косвенные конкуренты

- Способы анализа рынка и конкурентов
- Что такое целевая аудитория
- Способы анализа целевой аудитории
- Составляем портрет целевой аудитории — метод персон
- Тренды в SMM-индустрии — как с ними работать
- Как SMM-специалисту использовать результаты анализа в работе

Тема 3. Курсовая работа

«Кейс 2. Проводим анализ перед подготовкой плана продвижения: текущее положение соцсетей заказчика, конкуренты, ЦА»

Инструменты

- TargetHunter
- Popsters

Воркшоп

Нестандартные соцсети и их возможности: Twitch, Discord и другие

Модуль 3. Изучаем способы бесплатного продвижения в соцсетях и составляем контент-план

🕒 2 недели, 32 часа

Тема 1. Послание и ценности бренда в SMM-продвижении

- Что такое послание бренда и как оно связано с SMM-продвижением
- Tone of Voice (далее ToV) в продвижении бизнеса
- Визуальный язык бренда
- Как учитывать ToV и визуальный язык при планировании и создании контента
- Итоговый тест «ToV и визуальный язык в продвижении бренда»

Тема 2. Способы бесплатного продвижение — готовим контент-план

- Основные типы и инструменты бесплатного продвижения в соцсетях
- Ключевые форматы контента и их функции в продвижении
- Как подобрать контент под цели продвижения и специфику бизнеса
- Что такое контент-план
- Как подготовить контент-план
- Кейс. Подготовка контент-плана для продвижения ВКонтакте и Телеграме

Тема 3. Курсовая работа

«Кейс 3. Составляем контент-план»

Инструменты

- SMMplanner

Воркшоп

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

Модуль 4. Изучаем способы платного продвижения в соцсетях и составляем медиаплан

🕒 2 недели, 36 часов

Тема 1. Обзор возможностей платного продвижения

- Основные типы и инструменты платного продвижения в соцсетях
- Форматы контента, необходимые для платного продвижения
- Основы таргета: как настроить рекламу в соцсетях
- Кейс. Настройка таргета ВКонтакте
- Посевы — нативная реклама в соцсетях
- Работа с блогерами и инфлюенсерами: основные возможности и площадки
- Как подобрать блогеров под цели продвижения и организовать с ними сотрудничество
- Софтскилы в SMM: подводные камни общения с блогерами
- Итоговый тест «Способы платного продвижения в соцсетях»

Тема 2. Выбираем способы платного продвижения и готовим медиаплан

- Как подобрать платные каналы под цели продвижения и специфику бизнеса
- Что такое медиаплан?
- Основные метрики и KPI — определяем критерии эффективности платного продвижения
- Экономика продвижения: считаем бюджет
- Составляем медиаплан
- Кейс. Подготовка медиаплана для ВКонтакте и Телеграма

Тема 3. Курсовая работа

«Кейс 4. Составляем медиаплан»

Воркшоп

Собираем медиаплан под задачи реального бизнеса

Модуль 5. Создаём контент для соцсетей

🕒 2 недели, 32 часа

Тема 1. Подготовка контента: общие принципы

- Как создать контент, отвечающий посланию бренда: ToV и визуальная концепция
- Роли и задачи в работе над контентом
- Как поставить ТЗ на разработку контента подрядчику
- Софтскилы в SMM: как организовать работу над производством контента
- Итоговый тест «Как создавать контент для соцсетей»

Тема 2. Создаём контент сами: основные принципы и инструменты

- Типы постов для соцсетей и их цели в продвижении
- Основы копирайтинга: как создать вовлекающий и продающий текст

- Основные инструменты для работы с текстом
- Форматы видеоконтента и их цели в продвижении
- Основные инструменты для создания видеоконтента
- Графический и фотоконтент: как создать или подобрать в готовых источниках
- Возможности и ограничения нейросетей в создании контента

Самостоятельная работа

Создание контента для продвижения в соцсетях

Инструменты

- Figma, Canva, CapCut
- Главред, Синонимайзер, Voicybot
- Яндекс.GPT, Midjourney

Воркшоп

Прожарка контента: какие примеры можно считать удачными?

Модуль 6. Создаём и ведём аккаунты в соцсетях

🕒 2 недели, 30 часов

Тема 1. Упаковываем аккаунт для продвижения

- Как подготовить аккаунт в соцсети к продвижению?
- Создаём и оформляем аккаунт ВКонтакте
- Создаём и оформляем канал и чат в Телеграме
- Создаём и оформляем аккаунты в Одноклассниках и Яндекс Дзене
- Чек-лист проверки готовности аккаунта к продвижению
- Итоговый тест «Подготовка аккаунта к продвижению»

Тема 2. Работаем с пользователями

- Как привлечь пользователей в соцсети
- Как удерживать подписчиков и работать с их лояльностью
- Коммуникация и продажи: как общаться с пользователями, чтобы превратить их в покупателей
- Что такое комьюнити и каким бизнесам оно нужно
- Как создать и поддерживать комьюнити
- Софтскилы в SMM: как работать с обратной связью подписчиков
- Итоговый тест «Диалог с клиентом: как отрабатывать негативную обратную связь»

Воркшоп

Кейсы ведения соцсетей: привлекаем и удерживаем подписчиков

Модуль 7. Анализируем эффективность SMM-продвижения и предлагаем улучшения

🕒 2 недели, 32 часа

Тема 1. Собираем и анализируем метрики по каналам продвижения

- Вспоминаем метрики эффективности SMM-продвижения
- Функционал платформ и внешние инструменты для сбора и анализа метрик
- Как провести анализ эффективности по каналам
- Как провести анализ эффективности по креативам
- Как провести анализ эффективности по инструментам
- Что такое A/B-тестирование и как его проводить
- Когда следует сформулировать собственные критерии оценки кампании и как это сделать
- Кейс. Анализ эффективности SMM-стратегии бренда: малый, средний, крупный бизнес
- Итоговый тест «Сбор и анализ метрик эффективности SMM-продвижения»

Тема 2. Оптимизируем SMM-стратегию: предлагаем улучшения

- План-факт: как подготовить отчёт для заказчика или руководителя
- Логика улучшений: как формулировать предложения на основе полученных данных
- Итоговая презентация: как выстроить и оформить
- Софтскилы в SMM: как аргументировать свою позицию и защитить результаты продвижения

Тема 3. Курсовая работа

«Кейс 5. Анализируем эффективность SMM-продвижения и предлагаем улучшения»

Инструменты

- Яндекс Метрика
- Google Analytics
- LiveDune

Воркшоп

Анализ эффективности SMM-продвижения на примере малого, среднего и крупного бизнеса

Модуль 8. Дипломная работа

🕒 2 недели, 28 часов

Дипломная работа

Подготовка и защита плана SMM-продвижения бренда

Воркшоп

Q&A перед созданием дипломной работы