

Утверждено
Генеральный директор
ООО «Столичный центр образовательных технологий»
_____ Д.С. Курильчик



Курс повышения квалификации «Основы SMM-маркетинга: обеспечение профессиональной деятельности в области продвижения товаров, услуг, бренда в социальных сетях»

Учебная программа курса

Цель	Совершенствование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области продвижения товаров, услуг, бренда в социальных сетях
Задачи	1. Освоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа; 2. Совершенствование навыков применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа; 3. Развитие интереса к области использования социальных медиа в практической деятельности, связанной с коммуникациями; 4. Стимулирование творческого подхода к работе в области социальных сетей.
Категории обучающихся	Специалисты по рекламе и маркетингу, руководители служб по сбыту и маркетингу, специалисты-техники по Web, служащие по обработке статистической, финансовой и страховой информации и ведению расчетов
Оценка качества	Промежуточная аттестация в форме тестов; итоговое тестирование

**Прогнозируемые
результаты**

В результате обучения на курсе обучающиеся приобретут: Знания: • Основных понятий SMM; • Понятийно-категориального аппарата методологических подходов к SMM; • Основных методик оценки SMM-кампаний; • Элементов и инструментов веб-аналитики в сфере SMM; • Технологий привлечения аудитории в SMM; • Особенности аудитории социальных сетей; • Маркетинговых характеристик популярных социальных сетей; • Маркетинговых возможностей для работы в социальных сетях; • Видов профессиональных SMM-активностей в создании паблика на платформе социальных медиа; • Места и значения SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях. Умения: • Проводить сегментирование и таргетирование аудитории в SMM; • Планировать и реализовывать SMM-кампании с применением мультимедийных и интерактивных средств; • Использовать в маркетинговых целях характеристики популярных социальных сетей, блогов и микроблогов; • Использовать маркетинговые инструменты для работы в социальных сетях; • Организовывать SMM-активности на платформе социальных медиа; • Реализовывать мониторинг социальных сетей. Навыки: • Планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства; • Организации участия аудитории в производстве медиапродукции в SMM; • Оценки и управления SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях; • Построения стратегии присутствия компании в социальных сетях; • Анализа возможностей, инструментов и параметров построения стратегии присутствия компании в социальных сетях; • Проведения исследовательской деятельности в сфере SMM.