



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ДПО «ЕЦПК»

Теляшова Д.Р.

«14» января 2020 г.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
«SMM-менеджмент»**

Цель	формирование у специалистов необходимых знаний для продолжения профессиональной деятельности в данной области на более высоком уровне.
Категория слушателей	специалисты со средним профессиональным образованием, бакалавры, специалисты с высшим профессиональным образованием, магистры.
Объем программы	256 часов
Форма обучения	очно-заочная, с использованием дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	8 часов в день
Требования к образованию	лица, имеющие высшее или среднее профессиональное образование.
Присваиваемая квалификация	SMM-менеджер

№ п/п	Наименование	Всего часов	Лекции	Практ. занятия	СРС	Форма контроля
1	2	3	4	5	6	4
1.	Основы маркетинга в социальных сетях	36	24	-	8	Зачет
1.1	Пять видов монетизации интернет-проектов	18	12	-	6	
1.2	Успешные кейсы быстрой раскрутки SMM-сообществ	18	12	-	6	
2.	Контентная стратегия	36	18	-	18	Зачет
2.1	Виды стратегий контента	18	9	-	9	
2.2	Способы автоматизации контента	18	9	-	9	
3.	KPI	36	24	-	12	Зачет
3.1	Показатели эффективности SMM	18	12	-	6	

№ п/п	Наименование	Всего часов	Лекции	Практ. занятия	СРС	Форма контроля
1	2	3	4	5	6	4
3.2	Измерение эффективности SMM маркетинга	18	12	-	6	
4.	Таргетированная реклама	48	32	-	16	Зачет
4.1	Разработка стратегии таргетирования показа рекламных объявлений	12	8	-	4	
4.2	Размещение текстовых и медийных рекламных объявлений в интернет-медиа	12	8	-	4	
4.3	Настройка рекламы по номерам телефонов и e-mail'ов	12	8	-	4	
4.4	Правовые и этические аспекты Интернет-маркетинга	12	8	-	4	
5.	Основы Social Media и SMM-деятельность	48	32	-	16	Зачет
5.1	Подбор социально-медийных площадок для продвижения	12	8	-	4	
5.2	Управление коммуникациями в социальных интернет-медиа	12	8	-	4	
5.3	Размещение рекламных объявлений в социальных интернет-медиа	12	8	-	4	
5.4	Контентная стратегия, копирайтинг и инструменты продвижения в социальных медиа	12	8	-	4	
6.	Маркетинговая деятельность предприятия на электронном рынке	48	32	-	16	Зачет
6.1	Осуществление маркетинговой деятельности в среде Интернет	12	8	-	4	
6.2	Маркетинговые исследования в сети Интернет	12	8	-	4	
6.3	Товарная политика и рынок услуг в Интернете	12	8	-	4	
6.4	Стратегии создания новых товаров в сети Интернет	12	8	-	4	
7.	Итоговая аттестация	8	-	8	-	тестирование (экзамен)
	Итого:	256	162	8	86	