

**Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение Самарской области  
средняя общеобразовательная школа «Центр образования» имени Героя Советского Союза  
В.Н.Федотова пос. Варламово муниципального района Сызранский Самарской области**

Рассмотрено  
и принято  
на заседании МО  
социально-гуманитарной  
направленности  
Протокол № 1 от 24.07.2023 г.

Проверено.  
Рекомендовано к утверждению

24.07.2023г.

Руководитель СП

\_\_\_\_\_ С.В.Михайлова

Утверждено к использованию  
в образовательном процессе  
Учреждения

Приказ № 991 от 24.07.2023г.

Директор

\_\_\_\_\_ И.Г. Парфенова

**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа  
социально-гуманитарной направленности  
«Менеджер социальных сетей»**

Возраст обучающихся: 12-17 лет  
Срок реализации: 1 год

Разработчик:  
Каткина Анна Сергеевна, методист  
Малышева Мария Сергеевна, педагог  
дополнительного образования

Сызранский район, 2023 г.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данная программа является модульной дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программой для детей среднего и старшего школьного возраста.

Обучение детей по данной программе даёт им возможность попробовать себя в системе принятия управленческих решений, а значит поможет в выборе своей будущей профессии.

### **Краткая аннотация:**

По программе «Менеджер социальных сетей» могут обучаться дети среднего и старшего школьного возраста, которые в доступной форме познакомятся с основными принципами работы и компетентностями менеджера страниц в социальной сети Инстаграм.

Обучающиеся освоят методы, приёмы и способы обработки фотографий, основными правилами фотографирования, правилами создания раскладок (flat lay), познакомятся с доступными мобильными приложениями для обработки фотографий, коротких видеороликов, созданию креативов для сториз и ленты Инстаграм, научатся бесплатным способам продвижения страницы бренда в сети Инстаграм.

Обучение по данной программе служит хорошей пропедевтикой для всех форм последующего обучения школьников старшего и среднего возраста в объединениях научно – технической и спортивно – технической направленностей.

**Направленность программы:** социально-гуманитарная.

**Актуальность программы** определяется значимостью формирования у школьников профессионального самосознания и осознанного профессионального намерения, осознанию интереса к возможной будущей профессии. Правильно сделанный выбор – это начало пути к успеху, к самореализации, к психологическому и материальному благополучию в будущем.

Программа может быть реализована с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

**Новизна** данной дополнительной образовательной программы заключается в том, что по форме организации образовательного процесса она является модульной.

**Отличительной особенностью** программы является применение конвергентного подхода, позволяющего выстраивать обучение, включающее в себя элементы нескольких направленностей.

В данную программу введён региональный компонент: в ходе получения знаний, умений и навыков обучающиеся ведут аккаунт школы в социальных сетях, освещают актуальные новости Сызранского района и Самарской области в сфере образования.

**Педагогическая целесообразность** заключается в применяемом на занятиях деятельностного подхода, который позволяет максимально продуктивно усваивать материал путём смены способов организации работы. Тем самым педагог стимулирует познавательные интересы учащихся и развивает их практические навыки. У детей воспитываются ответственность за порученное дело, аккуратность, взаимовыручка. В программу включены коллективные практические занятия, развивающие коммуникативные навыки

и способность работать в команде. Практические занятия помогают развивать у детей воображение, внимание, творческое мышление, умение свободно выражать свои чувства и настроения, работать в коллективе.

В процессе реализации программы проводятся мультимедиа-занятия по всем темам образовательной программы. Аудиовизуальная информация. Представленная в различной форме, стимулирует непроизвольное внимание детей.

**Цель программы** - помочь учащимся сориентироваться в профессии менеджера и сделать правильный выбор, соответствующий способностям, возможностям, ценностным установкам и требованиям, которые предъявляют с этой профессии, а также позволит приобрести такие необходимые навыки в профессиональной деятельности как планирование, конструктивное общение и креативное мышление.

**Задачи программы:**

*Обучающие:*

- Обогащать знания детей по визуальному и текстовому наполнению социальных сетей;
- Ознакомить обучающихся с основными принципами работы менеджера
- Сформировать представление об основах управленческой деятельности.

*Развивающие:*

- развить интерес к изучению дисциплины менеджмент
- развить самостоятельность, наблюдательность, творческие способности детей.

*Воспитательные:*

- воспитать чувство прекрасного и умение воплощать это в жизнь.
- воспитать толерантность и уважение к окружающим.

**Возраст детей:** программа ориентирована на обучение детей 13-17 лет.

**Сроки реализации:** программа рассчитана на 1 год обучения. Объём программы - 114 часов.

Дополнительная образовательная программа «Менеджер соц.сетей» состоит из 4 модулей: «Введение в социальные сети», «Фото-контент», «Видео-контент», «Продвижение».

**Формы обучения:**

- Занятие;
- Лекция;
- Практическая работа.

**Формы организации деятельности:** групповая.

**Режим занятий** - 2 раза в неделю по 1 и 2 академических часа.

**Наполняемость учебных групп:** от 10 до 15 учащихся в группе.

**Планируемые результаты:**

*Личностные:*

- Формирование уважительного отношения к иному мнению

- Положительное отношение к процессу учения, к приобретению знаний и умений, стремление преодолеть возникающие затруднения;
- Наличие мотивации к творческому труду и бережному отношению к материальным и духовным ценностям, формирование установки на безопасный, здоровый образ жизни
- Начальные навыки саморегуляции
- Осознанность в отношении к себе как к индивидуальности и, одновременно, как к члену общества с ориентацией на проявление доброго отношения к людям, уважение к их труду в совместных делах, на помощь людям, в том числе сверстникам.

Метапредметные:

*Познавательные:*

- Анализировать информацию;
- Преобразовывать познавательную задачу в практическую;
- Выявлять главное, осуществлять выбор наиболее эффективных способов решения;
- Прогнозировать результат.

*Регулятивные:*

- Планировать, контролировать и оценивать учебные действия в соответствии с поставленной задачей и условием её реализации в процессе познания;
- Понимать причины успеха/неуспеха деятельности;
- Конструктивно действовать даже в ситуации неуспеха;
- Адекватно воспринимать оценку педагога, сверстников и родителей;
- Самостоятельно вносить коррективы в действия.

*Коммуникативные:*

- Учитывать разные мнения и интересы и обосновывать свою позицию;
- Приходить к общему решению в совместной работе (сотрудничестве);
- Сотрудничество с педагогом и одноклассниками в разных социальных ситуациях;
- Не создавать конфликтов и находить выход из спорных ситуаций.

Предметные результаты:

Модульный принцип построения программы предполагает описание предметных результатов в каждом конкретном модуле.

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ модуля	Название модуля	Количество часов		
		Всего	Теория	Практика
1	«Социальные сети»	45	29	16
2	«Визуал. Контент. Планирование»	41	20	21
3	«Таргетинг и PR-Продвижение»	28	17	11
Итого:		<b>114</b>	<b>65</b>	<b>49</b>

### **Критерии оценки знаний, умений и навыков при освоении программы.**

Для того, чтобы оценить освоение программы, в течении года используются следующие методы диагностики: собеседование, наблюдение, анкетирование, выполнение отдельных творческих заданий, тестирование.

По завершению учебного плана каждого модуля оценивание знаний проводится посредством викторины, интеллектуальной игры или интерактивного занятия.

Применяется 3-х бальная система оценки знаний, умений и навыков обучающихся (выделяется три уровня: ниже среднего, средний, выше среднего). Итоговая оценка результативности освоения программы проводится путём вычисления среднего показателя, основываясь на суммарной составляющей по итогам 4-х модулей.

Уровень освоения программы ниже среднего – ребёнок овладел менее чем 50% предусмотренных знаний, умений и навыков, испытывает серьёзные затруднения при работе с учебным материалом; в состоянии выполнить лишь простейшие практические задания педагога.

Средний уровень освоения программы – объём усвоенных знаний, приобретённых умений и навыков составляет 50-70%: работает с учебным материалом с помощью педагога. В основном, выполняет задания на основе образца; удовлетворительно владеет теоретическим материалом по темам курса, умеет пользоваться литературой.

Уровень усвоения программы выше среднего - учащийся овладел на 70-100% предусмотренной программой учебным планом; работает с учебным материалом самостоятельно, не испытывает особых трудностей; выполняет практические задания с элементами творчества; свободно владеет теоретической информацией по курсу; умеет анализировать литературные источники и применять полученную информацию на практике.

**Формы контроля качества образовательного процесса:** собеседование, наблюдение, интерактивное занятие, анкетирование, выполнение творческих и практических заданий.

## 1. Модуль – «Социальные сети»

Данный модуль позволит обучающимся взглянуть на социальные сети под кардинально другим углом. Понять их возможности, которые могут открыться, если с умом и знанием дела подойти к этому вопросу. Обучающиеся научатся разрабатывать стратегии развития аккаунта в социальной сети. Подробно разобраны в настройках конфиденциальности.

**Цель:** Расширение кругозора обучающихся о возможностях социальных сетей и применение полученных знаний на практике. Усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа.

**Задачи:**

*Обучающие:*

Познакомить обучающихся с основными принципами работы менеджера аккаунта в социальной сети

*Развивающие:*

Развивать интерес к изучению дисциплине менеджмент.

*Воспитательные:*

Воспитывать в обучающихся насмотренность и умение видеть красоту и структуру целого.

**Предметные ожидаемые результаты.**

*Обучающийся должен знать:*

Алгоритмы ведения и функционирования продающего аккаунта в социальной сети

*Обучающийся должен уметь:*

Анализировать внешний вид и оформление аккаунта с точки зрения его монитезации.

*Обучающийся должен приобрести навык:*

Создания, оформления, ведения аккаунта в социальной сети.

### УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 1 МОДУЛЯ

дополнительной общеобразовательной программы «Менеджер социальных сетей»

№	Тема занятия	Кол-во часов			Формы контроля/ аттестации
		Всего	Теория	Практика	
1	<b>Социальные сети</b>	<b>45</b>	<b>29</b>	<b>16</b>	
1.1	Вводное занятие. Социальные сети в современной жизни	2	2	-	Собеседование, наблюдение
1.2	Ключевые понятия, задачи, преимущества	1	1	-	Наблюдение, беседа
1.3	Особенности поведения пользователей в соцмедиа	2	2	-	Опрос, наблюдение
1.4	Статистика популярности соцмедиа	1	1	-	Наблюдение, беседа
1.5	Основные настройки Instagram	2	1	1	Сообщение,

					опрос
1.6	Статистика и система ранжирования	1	1	-	Наблюдение, беседа
1.7	Стратегия присутствия в Instagram	2	1	1	Наблюдение, беседа
1.8	Аудит и анализ аккаунта	1	1	-	Опрос, наблюдение
1.9	Аватар. Презентабельный и продающий аватар.	2	1	1	Показ, беседа
1.10	Правила оформления шапки профиля	1	1	-	Творческое задание
1.11	Настройка бизнес аккаунта	2	1	1	Наблюдение, беседа
1.12	Анализ конкурентов	1	1	-	Практическая работа
1.13	Выбор целевой аудитории	2	1	1	Наблюдение, беседа
1.14	Инструкция по защите аккаунта	1	1	-	Тематическое сообщение
1.15	Инструкция привязки аккаунта к ФБ	2	2	-	Сообщение, беседа
1.16	Воронка профиля в Instagram	1	1	-	Практическое задание, беседа
1.17	Уникальное торговое предложение	2	1	1	Практическое задание, беседа
1.18	Сценарии формулировки УТП	1	1	-	Рассказ, беседа
1.19	Личный бренд на экспертности	2	1	1	Опрос, практич. задание
1.20	Сервисы для работы с аккаунтом в Instagram	1	1	-	Сообщение, беседа
1.21	Упаковка профиля в Instagram	2	1	1	Беседа, опрос
1.22	Digital и SMM блоги	1	1	-	Интерактивное занятие
1.23	Коммерчески выгодные ниши и товары в Инстаграм	2	1	1	Сообщение, беседа
1.24	Переадресация входящих сообщений	1	1	-	Практич. задание, сообщение
1.25	Шаблоны текста для автодиректа	2	-	2	Интерактивное занятие
1.26	Лимиты Instagram. Настройка масслайкинга и массфоловинга	1	-	1	Беседа, практич. задание
1.27	Очистка аккаунта от ботов в подписках	2	1	1	Беседа, опрос
1.28	Автоматизированние	1	-	1	Интерактивное

	приветствие в Direct				занятие
1.29	Автопостинг	2	-	2	Беседа, практич. задание
1.30	Подведение итогов работы	1	1	-	Круглый стол

Теория: Социальные сети в современной жизни. Ключевые понятия, задачи, преимущества социальных сетей. Особенности поведения пользователей в соцмедиа. Статистика популярности соцмедиа. Основные настройки Instagram. Статистика и система ранжирования в Instagram. Стратегия присутствия в Instagram. Аудит и анализ аккаунта. Аватар. Презентабельный и продающий аватар. Правила оформления шапки профиля. Настройка бизнес аккаунта. Анализ конкурентов. Выбор целевой аудитории. Инструкция по защите аккаунта. Инструкция привязки аккаунта к ФБ. Воронка профиля в Instagram. Уникальное торговое предложение. Сценарии формулировки УТП. Личный бренд на экспертности. Сервисы для работы с аккаунтом в Instagram. Упаковка профиля в Instagram. Digital и SMM блоги. Коммерчески выгодные ниши и товары в Инстаграм. Переадресация входящих сообщений. Очистка аккаунта от ботов в подписках.

Практика: Создание аккаунта Instagram, основные настройки конфиденциальности. Стратегия присутствия в Instagram. Создание продающего аватара. Настройка бизнес аккаунта. Создание портрета целевой аудитории (ЦА). Построение УТП. Построение личного бренда на экспертности. Разработка и упаковка профиля в Instagram. Создаём продающий образ. Шаблоны текста для автодиректа, написание текстов для автодиректа в выбранной нише. Лимиты Instagram. Настройка масслайкинга и массфоловинга. Практическое задание по очистке подписок. Написать автоматизированные приветствия в Direct для своего аккаунта. Правила и настройка автопостинга. Сервисы автопостинга.



## 2. Модуль – «Визуал. Контент. Планирование»

Реализация этого модуля направлена на знакомство детей с основными понятиями в области визуального контента в социальной сети Instagram. Приобретение навыков фотографирования и съёмки видео-материалов для размещения в сети.

Осуществление обучения детей по данному модулю дает им возможность познакомиться с основными понятиями в создании визуализации. Научиться обрабатывать фото- и видео-контент для аккаунта. Познакомиться с основами фотографии и видеосъёмки.

Модуль разработан с учетом личностно – ориентированного подхода. Направлен на формирование у детей начальных навыков фотографирования и видеосъёмки, развитие чувства уверенности в себе и удовлетворения от своей работы, умение концентрироваться. В ходе занятий происходит раскрепощение, уходит зажатость, развивается творческая инициатива, пробуждаются положительные эмоции.

**Цель:** получение опыта применения инструментов создания разного вида контента и стратегии развития аккаунта в социальной сети.

### **Задачи:**

*Обучающие:*

Научить обучающихся основам фотографирования и видеосъёмки

*Развивающие:*

Развивать насмотренность и умение видеть красоту в кадре

*Воспитательные:*

Воспитывать творческую инициативу и терпимость к мнению окружающих.

### **Предметные ожидаемые результаты.**

*Обучающийся должен знать:*

- правила постановки композиции в кадре
- основы предметной съёмки
- основы портретной съёмки
- правила раскладки Flat Lay
- необходимость соблюдения авторского права в сети.

*Обучающийся должен уметь:*

Писать различные виды текстов для постов в ИГ. Составлять техническое задание и референс для фотографа.

*Обучающийся должен приобрести навык:*

Составления контент-плана и сетки публикации. Планировать и создавать автоматизированный постинг на неделю вперёд.

## УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 2 МОДУЛЯ

дополнительной общеобразовательной программы «Менеджер социальных сетей»

№	Тема занятия	Кол-во часов			Формы контроля/ аттестации
		Всего	Теория	Практика	
<b>2</b>	<b>Визуал. Контент. Планирование.</b>	<b>41</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	
2.1	<b>Визуал.</b> Продающие снимки.	2	2	-	Собеседование, наблюдение
2.2	Правило «золотого сечения»	1	-	1	Наблюдение, беседа
2.3	Тонкости Insta-фотографии	2	-	2	Опрос, наблюдение
2.4	Инструкция по обработки фото	1	-	1	Наблюдение, беседа
2.5	Подготовка фотографии к публикации	2	1	1	Сообщение, опрос
2.6	Требования социальных сетей к размещаемым материалам	1	1	-	Наблюдение, беседа
2.7	Программное обеспечение для изменения объёмов файлов фотографий	2	1	1	Наблюдение, беседа
2.8	Программное обеспечение для увеличения чёткости/резкости изображений	1	-	1	Опрос, наблюдение
2.9	Авторское право в социальных сетях	2	2	-	Показ, беседа
2.10	Фотостоки	1	1	-	Творческое задание
2.11	Концепция визуального оформления	2	1	1	Наблюдение, беседа
2.12	Формирование ленты. Создание динамики в профиле.	1	-	1	Практическая работа
2.13	Техническое задание для фотографа и референс	2	1	1	Наблюдение, беседа
2.14	Пресеты и их применение. Авторские пресеты.	1	1	-	Тематическое сообщение
2.15	<b>Контент.</b> Виды текстов в Instagram	2	1	1	Сообщение, беседа
2.16	Схема продающих текстов и заголовков	1	1	-	Практическое задание, беседа
2.17	Развлекательные посты в ленте	2	-	2	Практическое задание, беседа
2.18	Информационные посты в ленте	1	-	1	Рассказ, практич. задание
2.19	Вовлекающие посты в Instagram	2	-	2	Опрос, практич. задание

2.20	Видео-контент и требования к нему	1	1	-	Сообщение, беседа
2.21	Программное обеспечение для создания и обработки видео	2	-	2	Беседа, опрос
2.22	Правила попадания в ТОП	1	1	-	Интерактивное занятие
2.23	<b>Планирование.</b> Контент-план и сетка публикаций	2	2	-	Сообщение, беседа
2.24	Приложения для планирования цветовой гаммы ленты Instagram	1	-	1	Практич. задание, сообщение
2.25	Отложенный постинг в Instagram	2	-	2	Интерактивное занятие
2.26	Хэштеги: выбор, ранжирование, ТОП	1	1	-	Беседа, практич. задание
2.27	Геометки. Подведение итогов работы.	2	2	-	Беседа, опрос

Теория: Продающие снимки. Подготовка фотографии к публикации. Требования социальных сетей к размещаемым материалам. Программное обеспечение для изменения объёмов файлов фотографий. Авторское право в социальных сетях. Фотостоки. Концепция визуального оформления. Техническое задание для фотографа и референс. Пресеты и их применение. Авторские пресеты. Виды текстов в Instagram. Схема продающих текстов и заголовков. Видео-контент и требования к нему. Правила попадания в ТОП. Контент-план и сетка публикаций. Хэштеги: выбор, ранжирование, ТОП. Подбор геометок для своей ниши.

Практика: Правило «золотого сечения». Тонкости Insta-фотографии. Инструкция по обработки фото. Подготовка фотографии к публикации. Изменение объёмов файлов фотографий в приложениях. Программное обеспечение для увеличения чёткости/резкости изображений. Визуальное оформление ленты. Формирование ленты. Создание динамики в профиле. Составление ТЗ и референса для фотографа. Составление разных видов текстов для постов в ИГ. Написание развлекательных постов в ленту. Написание информационных постов. Написание вовлекающих постов. Программное обеспечение для создания и обработки видео. Планирования цветовой гаммы ленты Instagram. Отложенный постинг в Instagram.

### 3. Модуль – «Таргетинг и PR-Продвижение»

Реализация этого модуля направлена на продолжение знакомства детей с основными деятельности смм-менеджера. Приобретение и совершенствование навыков ведения профиля в Инстаграм. Обучить грамотному планированию стратегии развития аккаунта. Видеть возможности продвижения конкретной ниши и прогнозировать результаты такой работы. Воспитывать чувство дружбы и коллективизма; развивать индивидуальные особенности личности ребенка и его конкурентоспособность в современном мире.

Уровень предъявления материала обеспечивает учащимся возможность познакомиться с принципами работы смм-менеджера, овладеть тактическими приёмами ведения аккаунта в сети и построение стратегии его развития.

**Цель:** знакомство с особенностями создания, запуска и мониторинга рекламной компании через телефон и Ads Manager, особенностями PR-продвижения и взаимодействия с блогерами.

#### **Задачи:**

##### *Обучающие:*

- научить создавать рекламную компанию через телефон и Ads Manager, программировать показ на определённую целевую аудиторию.
- освоить правила и тактические приёмы ведения рекламной компании в Instagram
- разобраться в понятиях: таргетинг, PR-продвижение, рекламная компания, блогеры, воронки и автоворонки продаж, Telegram канал;

##### *Развивающие:*

Развить способность прогнозировать ход рекламной компании и корректировать настройки в течении её действия.

##### *Воспитательные:*

Воспитывать взаимовыручку и дружеские отношения в команде, способность слушать и слышать педагога и сверстников.

#### **Предметные ожидаемые результаты.**

##### *Обучающийся должен знать:*

Различия таргетированной рекламы и PR-продвижения; требования к рекламным материалам для историй и ленты Instagram.

##### *Обучающийся должен уметь:*

Создавать креативы и работать с приложениями по обработки фото- и видео-материалов.

##### *Обучающийся должен приобрести навык:*

Написания рекламных объявлений; создания рекламной компании; работы с блогерами; построения воронки продаж.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 3 МОДУЛЯ**  
дополнительной общеобразовательной программы «Менеджер социальных сетей»

№	Тема занятия	Кол-во часов			Формы контроля/ аттестации
		Всего	Теория	Практика	
<b>3</b>	<b>Таргетинг и PR-Продвижение</b>	<b>28</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	
3.1	Таргетинг. Критерии таргетинга.	1	1	-	Опрос, наблюдение
3.2	Важные понятия для оценки эффективности таргетинга	2	1	1	Наблюдение, беседа
3.3	Оформление рекламы в Instagram	1	1	-	Сообщение, опрос
3.4	Сервисы для создания фото и видео для таргетинга	2	1	1	Наблюдение, беседа
3.5	Правила рекламной деятельности в facebook и Instagram	1	1	-	Наблюдение, беседа
3.6	Рекламное объявление. Создание рекламной компании с телефона	2	1	1	Опрос, наблюдение
3.7	Создание рекламной компании в Ads Manager	1	1	-	Показ, беседа
3.8	Особенности рекламных целей	2	1	1	Творческое задание
3.9	Аудитория рекламной компании	1	1	-	Наблюдение, беседа
3.10	PR- продвижение. Конкурсные механики	2	-	2	Практическая работа
3.11	Паблики и рекламные площадки	1	1	-	Наблюдение, беседа
3.12	Блогеры: выбор, переговоры, размещение	2	2	-	Тематическое сообщение
3.13	Бесплатные методы продвижения	1	-	1	Практическое задание, беседа
3.14	Взаимодействие с аудиторией. Обмен аудиториями между соцсетями	2	1	1	Практическое задание, беседа
3.15	Telegram каналы. Создание канала в Telegram	1	-	1	Практическое задание, беседа
3.16	Воронки и автоворонки продаж	2	1	1	Рассказ, практич. задание
3.17	Как привлечь аудиторию из off-line в Instagram	1	-	1	Опрос, практич. задание
3.18	Ценообразование и программа	2	2	-	Беседа, опрос

	лояльности.				
3.19	Подведение итогов работы объединения.	1	1	-	Круглый стол
	<b>Итого:</b>	<b>114</b>	<b>65</b>	<b>49</b>	

Теория: Таргетинг. Критерии таргетинга. Важные понятия для оценки эффективности таргетинга. Оформление рекламы в Instagram. Сервисы для создания фото и видео для таргетинга. Правила рекламной деятельности в facebook и Instagram. Рекламное объявление. Создание рекламной компании с телефона. Создание рекламной компании в Ads Manager. Особенности рекламных целей. Аудитория рекламной компании. PR-продвижение. Конкурсные механики. Паблики и рекламные площадки. Блогеры: выбор, переговоры, размещение. Взаимодействие с аудиторией. Обмен аудиториями между соцсетями. Воронки и автоворонки продаж. Ценообразование и программа лояльности. Подведение итогов работы объединения.

Практика: Оценка эффективности рекламной компании. Работа в сервисах обработки фото/видео для рекламной компании. Создание рекламной компании с телефона. Разработка рекламного объявления согласно выбранной цели. Разработка конкурсных механик. Бесплатные методы продвижения. Подготовка поста для обмена аудитории между социальными сетями. Telegram каналы. Создание канала в Telegram. Построение воронки продаж. Как привлечь аудиторию из off-line в Instagram.

## МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

№ п/п	Тема занятий	Формы занятий	Метод обучения	Информационно методическое обеспечение	Форма проведения контроля
1	Социальные сети	Объяснение. Показ. Беседа. Практическое занятие.	Наглядный Словесный Практический	Инструктаж Ноутбук, экран, проектор	Занятие – беседа, текущий контроль и самоконтроль
2	Визуал. Контент. Планирование	Объяснение. Показ. Беседа. Практическое занятие.	Наглядный Словесный Практический	Инструктаж Ноутбук, экран, проектор	Занятие – беседа текущий контроль и самоконтроль
3	Таргетинг и PR- Продвижение	Беседа. Практическое занятие. Коллективная и индивидуальная работа.	Наглядный Словесный Практический	Инструктаж Ноутбук, экран, проектор	Текущий контроль Итоговый контроль Круглый стол

### Информационно-техническое обеспечение

Для реализации программы используется следующее материальное обеспечение (необходимое оборудование и технические средства обучения (ТСО))

- **учебно-практическое оборудование:** аудиторная доска, мел/маркер.

- **технические средства обучения:** мультимедийный компьютер со звуковой картой и пакетом прикладных программ, мультимедиа проектор, экран для проектора с универсальной подставкой, слайд-проектор.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Д.Халилов, Маркетинг В Социальных Сетях, Манн, Иванов и Фербер. – Москва, 2018
2. Крюков Е., Савельев Д. "100+ хаков для интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи". – Изд-во: Альпина Паблишер, 2018
3. Кеннеди Д. "Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум. 2-е изд." - Изд-во: Альпина Паблишер, 2019
4. Соболева Л.С. "Феномен "Инстаграма". Как раскрутить свой аккаунт и заработать", - Изд-во: АСТ, 2017
5. Сенаторов А.А. "Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях. 3-е изд.", - Изд-во: Альпина Паблишер, 2020
6. Чекмарев С.Г. "Социальные сети для бизнеса в России", - Изд-во: Омега-Л, 2018
7. Толмачёв А. Н. Реклама в интернете. Курс молодого бойца, - Изд-во: БХВ-Петербург (ВНУ), 2017
8. Тажетдинов Т., Ковчик З., Якубенко А. "Как зарабатывать в Telegram. Почему нужно бросить все и создать свой канал в Telegram?". - Изд-во: Омега-Л, 2018
9. О.Кожушко, И.Чуркин, А.Агеев, Н.Яременко, Н.Волокитин, М.Дасманова, К.Свинцова, И.Чернышов, М.Чигряй «Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования. Учебное пособие», - Интелсиб, 2015
10. Максим Ильяхов, Людмила Сарычева, «Пиши, сокращай» Изд-во: Альпина Паблишер, 2019



## УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Тема занятия	Кол-во часов			Формы контроля/ аттестации
		Всего	Теория	Практика	
1	<b>Социальные сети</b>	<b>45</b>	<b>29</b>	<b>16</b>	
1.1	Вводное занятие. Социальные сети в современной жизни	2	2	-	Собеседование, наблюдение
1.2	Ключевые понятия, задачи, преимущества	1	1	-	Наблюдение, беседа
1.3	Особенности поведения пользователей в соцмедиа	2	2	-	Опрос, наблюдение
1.4	Статистика популярности соцмедиа	1	1	-	Наблюдение, беседа
1.5	Основные настройки Instagram	2	1	1	Сообщение, опрос
1.6	Статистика и система ранжирования	1	1	-	Наблюдение, беседа
1.7	Стратегия присутствия в Instagram	2	1	1	Наблюдение, беседа
1.8	Аудит и анализ аккаунта	1	1	-	Опрос, наблюдение
1.9	Аватар. Презентабельный и продающий аватар.	2	1	1	Показ, беседа
1.10	Правила оформления шапки профиля	1	1	-	Творческое задание
1.11	Настройка бизнес аккаунта	2	1	1	Наблюдение, беседа
1.12	Анализ конкурентов	1	1	-	Практическая работа
1.13	Выбор целевой аудитории	2	1	1	Наблюдение, беседа
1.14	Инструкция по защите аккаунта	1	1	-	Тематическое сообщение
1.15	Инструкция привязки аккаунта к ФБ	2	2	-	Сообщение, беседа
1.16	Воронка профиля в Instagram	1	1	-	Практическое задание, беседа
1.17	Уникальное торговое предложение	2	1	1	Практическое задание, беседа
1.18	Сценарии формулировки УТП	1	1	-	Рассказ, беседа
1.19	Личный бренд на экспертности	2	1	1	Опрос, практич. задание
1.20	Сервисы для работы с аккаунтом в Instagram	1	1	-	Сообщение, беседа
1.21	Упаковка профиля в Instagram	2	1	1	Беседа, опрос
1.22	Digital и SMM блоги	1	1	-	Интерактивное занятие
1.23	Коммерчески выгодные ниши и товары в Инстаграм	2	1	1	Сообщение, беседа

1.24	Переадресация входящих сообщений	1	1	-	Практич. задание, сообщение
1.25	Шаблоны текста для автодиректа	2	-	2	Интерактивное занятие
1.26	Лимиты Instagram. Настройка масслайкинга и массфоловинга	1	-	1	Беседа, практич. задание
1.27	Очистка аккаунта от ботов в подписках	2	1	1	Беседа, опрос
1.28	Автоматизированные приветствие в Direct	1	-	1	Интерактивное занятие
1.29	Автопостинг	2	-	2	Беседа, практич. задание
1.30	Подведение итогов работы	1	1	-	Круглый стол
<b>2</b>	<b>Визуал. Контент. Планирование.</b>	<b>41</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	
2.1	<b>Визуал.</b> Продающие снимки.	2	2	-	Собеседование, наблюдение
2.2	Правило «золотого сечения»	1	-	1	Наблюдение, беседа
2.3	Тонкости Insta-фотографии	2	-	2	Опрос, наблюдение
2.4	Инструкция по обработки фото	1	-	1	Наблюдение, беседа
2.5	Подготовка фотографии к публикации	2	1	1	Сообщение, опрос
2.6	Требования социальных сетей к размещаемым материалам	1	1	-	Наблюдение, беседа
2.7	Программное обеспечение для изменения объёмов файлов фотографий	2	1	1	Наблюдение, беседа
2.8	Программное обеспечение для увеличения чёткости/резкости изображений	1	-	1	Опрос, наблюдение
2.9	Авторское право в социальных сетях	2	2	-	Показ, беседа
2.10	Фотостоки	1	1	-	Творческое задание
2.11	Концепция визуального оформления	2	1	1	Наблюдение, беседа
2.12	Формирование ленты. Создание динамики в профиле.	1	-	1	Практическая работа
2.13	Техническое задание для фотографа и референс	2	1	1	Наблюдение, беседа
2.14	Пресеты и их применение. Авторские пресеты.	1	1	-	Тематическое сообщение
2.15	<b>Контент.</b> Виды текстов в Instagram	2	1	1	Сообщение, беседа
2.16	Схема продающих текстов и заголовков	1	1	-	Практическое задание, беседа
2.17	Развлекательные посты в ленте	2	-	2	Практическое задание, беседа

2.18	Информационные посты в ленте	1	-	1	Рассказ, практич. задание
2.19	Вовлекающие посты в Instagram	2	-	2	Опрос, практич. задание
2.20	Видео-контент и требования к нему	1	1	-	Сообщение, беседа
2.21	Программное обеспечение для создания и обработки видео	2	-	2	Беседа, опрос
2.22	Правила попадания в ТОП	1	1	-	Интерактивное занятие
2.23	<b>Планирование.</b> Контент-план и сетка публикаций	2	2	-	Сообщение, беседа
2.24	Приложения для планирования цветовой гаммы ленты Instagram	1	-	1	Практич. задание, сообщение
2.25	Отложенный постинг в Instagram	2	-	2	Интерактивное занятие
2.26	Хэштеги: выбор, ранжирование, ТОП	1	1	-	Беседа, практич. задание
2.27	Геометки. Подведение итогов работы.	2	2	-	Беседа, опрос
<b>3</b>	<b>Таргетинг и PR-Продвижение</b>	<b>28</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	
3.1	Таргетинг. Критерии таргетинга.	1	1	-	Опрос, наблюдение
3.2	Важные понятия для оценки эффективности таргетинга	2	1	1	Наблюдение, беседа
3.3	Оформление рекламы в Instagram	1	1	-	Сообщение, опрос
3.4	Сервисы для создания фото и видео для таргетинга	2	1	1	Наблюдение, беседа
3.5	Правила рекламной деятельности в facebook и Instagram	1	1	-	Наблюдение, беседа
3.6	Рекламное объявление. Создание рекламной компании с телефона	2	1	1	Опрос, наблюдение
3.7	Создание рекламной компании в Ads Manager	1	1	-	Показ, беседа
3.8	Особенности рекламных целей	2	1	1	Творческое задание
3.9	Аудитория рекламной компании	1	1	-	Наблюдение, беседа
3.10	PR- продвижение. Конкурсные механики	2	-	2	Практическая работа
3.11	Паблики и рекламные площадки	1	1	-	Наблюдение, беседа
3.12	Блогеры: выбор, переговоры, размещение	2	2	-	Тематическое сообщение
3.13	Бесплатные методы продвижения	1	-	1	Практическое задание, беседа
3.14	Взаимодействие с аудиторией. Обмен аудиториями между соцсетями	2	1	1	Практическое задание, беседа

3.15	Telegram каналы. Создание канала в Telegram	1	-	1	Практическое задание, беседа
3.16	Воронки и автоворонки продаж	2	1	1	Рассказ, практич. задание
3.17	Как привлечь аудиторию из off-line в Instagram	1	-	1	Опрос, практич. задание
3.18	Ценообразование и программа лояльности.	2	2	-	Беседа, опрос
3.19	Подведение итогов работы объединения.	1	1	-	Круглый стол
	<b>Итого:</b>	<b>114</b>	<b>65</b>	<b>49</b>	