

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БЕЛОВА ВИКТОРИЯ СТАНИСЛАВОВНА**

Утверждена:  
Белова  
Виктория  
Станиславовна  
1 августа 2025 г.  
ИП Белова В.С.



Дополнительное общеобразовательное обучение  
«СММ-менеджер: основы продвижения в социальных сетях»

Н.Тагил 2025 год

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», а также с требованиями Федерального закона от 01.04.2020 № 99-ФЗ «О дополнительном образовании детей и взрослых».

Программа предназначена для реализации в рамках дополнительного общего образования детей и взрослых и направлена на формирование цифровой грамотности, навыков работы с социальными сетями, основ контент-маркетинга и СММ. Программа рассчитана на 100 академических часов, из них:

- 20 часов — теоретическая подготовка (в том числе онлайн-лекции, вебинары, разбор кейсов);
- 80 часов — практическая работа (создание контента, ведение сообществ, анализ аудитории, размещение рекламы, проектная деятельность).

### **Программа ориентирована на:**

- подростков от 16 лет и взрослых, интересующихся digital-коммуникациями;
- начинающих СММ-специалистов;
- представителей малого бизнеса, желающих вести свои социальные сети самостоятельно.

**Цель программы:** формирование у обучающихся базовых компетенций в области продвижения личного бренда или бизнеса в социальных сетях.

### **Задачи программы:**

1. Ознакомить обучающихся с принципами функционирования современных социальных сетей.
2. Научить создавать и оформлять качественный контент (тексты, фото, видео).
3. Развить навыки ведения сообществ, коммуникации с аудиторией и управления репутацией.
4. Сформировать понимание основ таргетированной рекламы и аналитики.
5. Подготовить обучающихся к самостоятельной реализации СММ-проекта.

Программа реализуется в заочной форме с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения. Обучение проходит на образовательной онлайн-платформе Геткурс, обеспечивающей:

- доступ к учебным материалам;
- проведение вебинаров и онлайн-консультаций;
- хранение записей занятий;
- систему тестирования и проверки заданий;
- чат-поддержку и обратную связь от куратора.

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

(всего 100 академических часов)

Наименование модуля	Всего часов	Теория (часы)	Практика (часы)	Форма контроля
1 Обзор социальных сетей	10	2	8	Тестирование
2 Оформление сообществ	10	2	8	Задание
3 Целевая аудитория	10	2	8	Задание
4 Контент	10	2	8	Задание
5 Бесплатное продвижение	10	2	8	Задание
6 Платная реклама	10	2	8	Задание
7. Юридические ловушки	10	2	8	Задание
8. Статистика	10	2	8	Задание
9. Как вести переписку	10	2	8	Задание
10. Как не выгореть на рутине	10	2	8	Задание
11. Ведение ВК (бонус)	-			
Итого	100	20	80	

## КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Неделя	Тема	Форма проведения	объем
1	Обзор соцсетей. Что такое СММ. Цели и задачи.	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
1	Как оформить сообщество, чтобы люди не проходили мимо (и подписывались)	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
1	Целевая аудитория без головной боли: кто они, что им нужно и как это понять	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
1	Контент, который цепляет: какие посты работают, а какие — мимо кассы	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
2	Бесплатное продвижение, которое действительно даёт результат (без накруток)	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
2	Платная реклама без слива бюджета: обзор рекламных каналов - обзор разных платных каналов; - планирование бюджетов; - рекомендации для новичков.	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
2	Юридические ловушки: как не попасть на штраф за пост в соцсетях	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
2	Статистика, от которой есть толк: что считать и как улучшить результат	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
3	Как вести переписку с подписчиками, чтобы они становились клиентами	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики
3	Как не выгореть на рутине: автоматизация постов, рассылок и задач	Урок в записи задание	2 часа теории/ 8 часов практики

Срок реализации программы: 3 недели.

Форма обучения: заочная, дистанционная.

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ

## **Модуль 1. Где живёт ваша аудитория: выбираем соцсеть с умом, а не наугад.**

- Какие соцсети и мессенджеры доступны в России
- Кто и зачем использует каждую платформу
- Какая аудитория где "живёт"
- Как выбрать платформу под свой проект
- Практика: тест и сравнительная таблица

## **Модуль 2. Как оформить сообщество, чтобы люди не проходили мимо**

- профиль — главная точка контакта;
- главные элементы упаковки профиля;
- как упаковаться грамотно (платформа за платформой);
- ошибки, которые убивают интерес;
- формулы для BIO / описаний.

Практика: Оформление своего сообщества в одной (или нескольких) соцсетях

## **Модуль 3. Целевая аудитория без головной боли: кто они, что им нужно и как это понять**

- что такое ЦА простыми словами;
- ошибки;
- что на самом деле нужно знать о ЦА;
- каст дев: что такое, как проводить, анализировать;

Практическое задание: 1. Проведите 20 интервью, используя вопросы из материалов

2. Обработайте ответы. Как обработать анкеты:

- каждым блоке вопросов найдите похожие ответы;
- ответы из 1 блока помогут сегментировать

(один сегмент должен включать похожие ответы от 20% от общего количества анкет)

- составьте документ по анализу ЦА

## **Модуль 4. Контент, который цепляет: какие посты работают, а какие — мимо кассы**

- Что работает. А что нет.

- Виды контента
- 5 правил сильного поста
- Контент-план: зачем он нужен?
- Формула идеального поста
- 6 типов «золотого» контента
- Как работают алгоритмы.
- Стиль публикаций под каждую соцсеть

Практика: Написать три разных контента. Опубликовать. Написать эссе «Я опробовал (-а) формулу... Результат...»

### **Модуль 5. Бесплатное продвижение, которое действительно даёт результат**

- Стратегии для разных платформ.
- Плюсы и минусы каждого метода
- Инструменты бесплатного продвижения
- Действия для быстрого старта

Практика: Опробовать 2-3 разных метода продвижения. Записать результат.

### **Модуль 6. Платная реклама без слива бюджета: обзор рекламных каналов**

- обзор разных платных каналов;
- планирование бюджетов;
- рекомендации для новичков

Практическое задание: • Сделать карту «Какая реклама — для какой цели»

- Составить сравнительную таблицу по стоимости (примерные цены по каналам)
- Составить стратегию продвижения по этапам
- Расписать медиаплан для конкретной суммы (например, «что можно сделать на 10 000 ₽»)

### **Модуль 7. Юридические ловушки: как не попасть на штраф за пост в соцсетях**

- Закон о Рекламе, Персональные данные, Авторское право.
- Отличия Информационного контента от рекламного
- Правила маркировки
- Кто платит налоги?
- Дополнительные юридические нюансы (авторское право, чужой контент, лицензии, договора)
- Последствия нарушений и жалобы хейтеров.
- Практическое задание: определить, что является рекламой, что нет. Правильно ли указана маркировка? Промаркировать пост.

### **Модуль 8. Статистика, от которой есть толк: что считать и как улучшать**

- ключевые метрики;
- метрики по целям;
- как анализировать и улучшать показатели.

Практическое задание:

1. Выгрузите статистику своего сообщества или канала за последние 7 дней.
2. Отметьте 3 метрики, которые вас насторожили или вдохновили.
3. Напишите, что вы будете менять, чтобы улучшить показатели

#### **Модуль 9. Как вести переписку с подписчиками, чтобы они становились клиентами**

- Мастерство переписки: Как общаться с клиентами в социальных сетях
- Как работать с входящими заявками
- Продаем этично и экологично
- «Золотые правила» переписки
- Ошибки в переписке
- Как писать если вы и/или клиент на эмоциях

Практическое занятие: Написать клише ответов на различные виды манипуляций клиентов.

#### **Модуль 10. Как не выгореть на рутине: автоматизация постов, рассылок и задач**

- что можно и нужно автоматизировать;
- инструменты для автоматизации;
- ошибки и тонкости

Практическое задание:

1. Изучить материалы урока.
2. Воспользоваться инструкциями из материалов урока и настрой:
  - автопостинг;
  - приветственные сообщения;
  - планирование задач

#### **Модуль 11. Бонусный урок по продвижению в ВК.**

Не предусматривает выполнение практических работ и заданий. Идет бонусом к общему курсу для общего развития.

## **ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ**

### **Обучающийся должен знать:**

- особенности аудитории основных социальных сетей;
- правила оформления и маркировки рекламы;
- основы копирайтинга и визуального оформления;
- принципы вовлечения аудитории и управления сообществом.

### **Обучающийся должен уметь:**

- создавать текстовый, фото- и видео-контент;
- вести социальные сети;
- анализировать аудиторию и конкурентов;
- использовать инструменты аналитики;
- размещать и таргетировать рекламу.

## **ФОРМЫ ТЕКУЩЕЙ И ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

- Текущий контроль: выполнение практических заданий, тестирование, проверка портфолио.
- Промежуточная аттестация: защита мини-проектов по модулям.
- Итоговая аттестация: защита итогового проекта (оценка: зачтено / не зачтено).

### **Критерии оценки итогового проекта:**

- Соответствие целям и аудитории — 30%
- Качество контента (текст, визуал) — 30%
- Логика и структура контент-плана — 20%
- Уверенная презентация — 20%

# ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

## Требования к педагогам:

- высшее образование в области маркетинга, журналистики, педагогики или смежных направлений, или действующий сотрудник маркетингового, рекламного агентства и смежных областей.;
- опыт работы в СММ или digital-маркетинге не менее 2 лет;
- владение дистанционными форматами обучения.

## Материально-техническое обеспечение:

- Обучение проходит на онлайн-платформе Геткурс с доступом к:
  - видеолекциям и записям вебинаров;
  - учебным материалам (чек-листы, шаблоны, инструкции);
  - системе тестирования и сдачи заданий;
  - чату поддержки.
- Для проведения вебинаров используется видеостудия с оборудованием: камера, микрофон, освещение, ПО для стриминга (RTMP) через платформу Яндекс Телемост или Геткурс

## Информационные ресурсы:

- YouTube-каналы по СММ, курсы на Stepik, Skillbox (для ознакомления);
- сервисы: Canva, CapCut, Google Trends, VK Ads, Telegram Analytics.

## ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

### Основная литература:

1. А. Капустина «Контент-маркетинг для начинающих»
2. Д. Райан «Цифровой маркетинг»
3. ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка»

### Интернет-ресурсы:

- [dzen.yandex.ru](https://zen.yandex.ru)](<https://zen.yandex.ru>)
- <https://t.me> тематические каналы
- [vk.com](https://vk.com)
- [glavred.ru](https://glavred.ru) проверка текстов

## **ДОКУМЕНТ ОБ ОБРАЗОВАНИИ**

По завершении программы и успешной сдаче итоговой аттестации обучающийся получает сертификат по программе дополнительного общего образования с указанием:

- наименования программы;
- объёма в академических часах (100 ч);
- даты выдачи.

Разработчик программы

ИП Белова Виктория Станиславовна

СММ-специалист, педагог дополнительного образования

Утверждено

1 августа 2025 г.

ИП Белова В.С.

(подпись)

Программа соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования и может быть реализована без необходимости получения лицензии на образовательную деятельность, так как относится к дополнительному общему образованию взрослых и не ведёт к присвоению квалификации, требующей лицензирования (ст. 91, ст. 2, п. 21 ФЗ-273).