



**БИЗНЕС-ШКОЛА
XXI ВЕК-КОНСАЛТ**

Измени себя
Измени свою организацию
Измени мир вокруг

BLENDDED LEARNING

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (SMM)

**21.06-
06.07**

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 56 ЧАСОВ

(32 аудиторных часов + 24 часа индивидуальной дистанционной работы на учебном портале).

АУДИТОРИЯ ПРОГРАММЫ:

SMM-специалисты.

Интернет-маркетологи.

Маркетологи и SMM-маркетологи, которые хотят совершенствовать свои навыки.

Руководители маркетинга, которые хотят понимать работу SMM-специалиста для качественного управления.

Бизнесмены, которые хотят эффективно продвигать свою компанию и продукты в социальных сетях.

Программа даст понимание того, как продвигать свой бизнес в социальных сетях в изменившихся условиях.

Цель курса по SMM продвижению – детально погрузить вас в основные задачи современного SMM-менеджера: настройку таргетированной рекламы, создание контента с нуля, работу с отзывами, работу с блогерами и т.д. Мы создали универсальную программу по SMM обучению, которая научит вас работать с социальными сетями на уровне стратега. В SMM есть куда расти!



Задачи профессионального SMM-специалиста намного шире, чем просто написание постов для социальных сетей, запуск вовлекающих активностей для роста аудитории и модерация сообществ. В основе курса — практика. Мы поможем отработать полученные знания на реальных задачах прямо во время обучения.

В КОНЦЕ КУРСА ВЫ ЗАЩИТИТЕ УЧЕБНЫЙ ПРОЕКТ – разработанную вами SMM-стратегию для бренда компании.

50% обучения составят практические задания, решение индивидуальных и групповых кейсов, работа в группах, детальный разбор маркетинговых задач («реальной жизни») участников, обмен опытом с коллегами по классу.

Между модулями в ходе индивидуальной дистанционной работы каждый участник обучения будет:

- изучать дополнительный видеоматериал и полезный контент,
- выполнять домашние задания и получать оценку и рекомендации по результатам их выполнения от преподавателя,
- поработает над собственным проектом.

СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

МОДУЛЬ I

ТЕМА 1 SMM – это...

- Суть работы SMM менеджера.
- Особенности социальных сетей популярных в Беларуси.
- Тренды SMM 2021 года.
- Полезные онлайн-ресурсы для работы.

ТЕМА 2 Построение работы SMM-отдела.

- Основные задачи работы SMM-отдела в компании.
- Особенности работы с подрядчиками.
- Постановка ТЗ (технического задания) подрядчикам.

ТЕМА 3 Аудит сообществ.

- Изучение основных показателей и настроек аудита сообществ.
- Полезные онлайн-ресурсы для аудита.

Практические задания

Анализ показателей сообщества. Аудит собственных социальных сетей и сообществ конкурентов.

ТЕМА 4 Стратегия SMM продвижения.

- Разработка стратегии присутствия в социальных сетях.
- Изучение собственной целевой аудитории.
- Постановка целей и KPI при создании и развитии сообщества.
- Сервисы системы аналитики и статистики.

Домашнее задание

Разработка трех технических заданий (ТЗ) для разных подрядчиков: таргетолога, дизайнера, фотографа.

ТЕМА 5 Контент-менеджмент.

- Разработка рубрикатора.
- Создание контент-плана.
- Правила визуала для социальных сетей.
- Геймификация: конкурсы и розыгрыши для социальных сетей.
- Создание материалов для публикаций (фото / видео контент).

ТЕМА 6 Копирайтинг.

- Правила написания текстов для социальных сетей.
- Как писать так, чтобы вас читали с удовольствием.
- Основные онлайн-ресурсы и книги для изучения темы.



Практические задания

Написание серии постов различных тематик и направленности: вовлекающие, продающие, storytelling, информационные.

МОДУЛЬ II

ТЕМА 1 Таргетированная реклама.

- Основные понятия таргетированной рекламы.
- Работа в рекламных кабинетах площадок MyTarget, Вконтакте, Facebook AD.
- Правила визуала для рекламных кампаний.
- Настройка таргетированной рекламы в Facebook.

Практические задания

Создание аудиторий для рекламных кампаний. Запуск рекламных кампаний.

Домашнее задание

- *Составить moodboard съемки для вашего бренда.*
- *Разработать матрицу контента.*
- *Создать 10 аудиторий для вашего бренда в рекламном кабинете.*
- *Подготовить техническое задание (ТЗ) с референсами для дизайнера по созданию визуалов для рекламной кампании.*

ТЕМА 2 Работа с блогерами.

- Особенности работы с блогерами.
- Типы блогеров.
- Виды и цели сотрудничества с блогерами.
- Как выбрать подходящего для бренда блогера.
- Проверка статистики блогеров.
- Основные этапы работы с инфлюенсерами: постановка ТЗ, согласование визуалов, проверка результатов.
- Аналитика.
- Основные ошибки в работе с блогерами.



Практические задания

Поиск блогеров для различных целей: освещения рекламных кампаний или акций, вовлекающие посты, имиджевое размещение.

ТЕМА 3 Модерация сообществ.

- Правила работы с отзывами.
- Типы негатива.
- Способы обработки негативных отзывов.
- Работа с положительными комментариями.
- Онлайн-ресурсы для обработки отзывов.
- Создание FAQ (собрание часто задаваемых вопросов) для модерации сообществ.

Практические задания

- *Обработка негативных отзывов бренда.*
- *Создание основного FAQ для бренда.*
- *Изучение отзывов конкурентов.*

ЗАЩИТА УЧЕБНОГО ПРОЕКТА.

Что необходимо для работы на курсе:

- Ноутбук.
- Доступы к социальным сетям (Инстаграм, Фейсбук, Вконтакте).
- Доступ к рекламному кабинету Фейсбук (желательно).

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:

ЮЛИЯ ИШМУРАТОВА

Академический директор программы «Маркетинг в социальных сетях (SMM)», преподаватель кафедры маркетинга и продаж БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ (преподаваемые дисциплины: digital-маркетинг).



Head of SMM Минского часового завода «Луч».

Опыт руководства SMM направлением в проектах крупных мировых и локальных белорусских брендов: «Domino's pizza», Школа ораторского и актерского мастерства «Первый подъезд», Школа речевого имиджа «Skill Lab», «Moleskine Russia», продакшн студия «Uzari Production».

Практический опыт в формировании стратегии продвижения брендов в социальных сетях, создании уникального контента (фото-контент, видео-контент, копирайтинг).

Опыт работы с блогерами и лидерами мнений (реализовано более 40 совместных проектов с белорусскими и иностранными инфлюенсерами), построение стратегии запуска рекламных кампаний в Facebook AD и MyTarget. Практикующий журналист (опыт более 10 лет), радиоведущая канала «Культура». Образование – Институт журналистики Белорусского государственного университета.

Сфера профессиональных интересов: digital-маркетинг, influence-маркетинг, копирайтинг, SMM-продвижение.

РАСПИСАНИЕ:

- **МОДУЛЬ I**
21.06-22.06
с 10.00 до 17.00
- **МОДУЛЬ II**
05.07-06.07
с 10.00 до 17.00

МЕСТО ОБУЧЕНИЯ:

Кампус БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ,
бизнес центр «XXI ВЕК»,
г. Минск, пр-т. Независимости,
169, северное здание, 8 этаж.

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ:

Для одного участника
990 BYN (НДС не взимается).

ДОКУМЕНТ ОБ ОБРАЗОВАНИИ:

- Сертификат БИЗНЕС-ШКОЛЫ XXI ВЕК-КОНСАЛТ.
- Свидетельство о повышении квалификации государственного образца.

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА ОБУЧЕНИЕ:

+375 (29) 397-67-79

+375 (29) 700-67-79

+375 (17) 388-14-08

E-mail: training@21vk.biz

