

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

программы курса предпрофильной подготовки

1.	Наименование организации-организатора программы КПП	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет»
2.	Наименование программы КПП	Новые социальные сети: заработай на SMM
3.	Год начала реализации программы КПП	2021
4.	Автор(ы) программы КПП (ФИО полностью и должность)	Несмеянова Наталья Александровна, доцент, департамент предпринимательства, институт финансов, экономики и управления
5.	УГС базовой профессии/ специальности программы (№ и наименование по перечням профессий/ специальностей/ направлений подготовки профессионального образования)	38.03.02 «Менеджмент»
6.	Уровень профобразования для базовой профессии/специальности программы (СПО, СПО/ВО, ВО)	ВО
7.	Аннотация (не более 750 знаков (с пробелами))	Курс предпрофильной подготовки позволяет: определить круг профессий по направлениям, составляющим SMM: таргетолог, специалист по работе с социальными медиа, маркетолог, интернет-маркетолог; определить, для чего нужен Social Media Marketing; предоставить возможность обучающимся реализовать свой интерес в области продвижения бизнеса в социальных сетях; показать, как создавать рекламные кампании в социальных сетях; познакомить с основными принципами работы с мессенджерами и составления контент-плана; научить писать вовлекающие посты для разных площадок и взаимодействовать с подписчиками, общаться с аудиторией в соцсетях и в мессенджерах, анализировать продвижение; предоставить учащимся специализированную информационную поддержку
8.	Количество страниц программы КПП (включая приложения)	12

**Таблица категорий учащихся
по заболеваниям, для которых предназначена программа**

№	Категории учащихся по заболеваниям	«+»	Для пп. 2-8 указать допустимые расстройства	Форма организации: ОО, ОС, Д
1.	здоровые дети	+		ОО
2.	с психическими заболеваниями			
3.	с заболеваниями нервной системы			
4.	с задержкой психического развития			
5.	с ортопедотравматологическими заболеваниями			
6.	с заболеваниями органа зрения			
7.	с заболеваниями уха и горла			
8.	с соматическими заболеваниями			

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

УТВЕРЖДЕНО

Проректор по учебной работе

_____ Э.С. Бабошина

« ____ » _____ 2022 г.

Программа курса предпрофильной подготовки

обучающихся 9 классов

«Новые социальные сети: заработай на SMM»

Срок реализации – 11 часов

Автор-составитель:

Несмеянова Наталья Александровна,

к.э.н., доцент департамента

предпринимательства

Тольятти, 2022

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

Предлагаемый курс разработан для обучающихся 9 классов общеобразовательных организаций в рамках предпрофильной подготовки.

Профессия SMM-менеджер – относительно новый вид деятельности, появившийся практически одновременно с социальными сетями. Иными словами SMM-менеджер – специалист, отвечающий за маркетинговую политику в социальных сетях, обеспечивающий комплекс мер, направленных на популяризацию и продвижение товаров, услуг, сайтов, привлечение новых клиентов, формирования определенного отношения к продукту и бренду со стороны участников соцсетей и других ресурсов типа Web 2.0 – развиваемых и улучшаемых самими пользователями.

Современные соцсети устроены по разным моделям и каждая из них имеет свою специфику, что требует варибельного подхода в методах работы SMM-менеджера. Постоянно расширяется профессиональный инструментарий, все активнее используется специальный софт. При этом формирование общественного мнения в соцсетях сейчас ведется по максимально широкому кругу вопросов – от коммерции до политики, а это заметно расширяет спектр применения навыков эсэмэщика.

В рабочей среде SMM-специалист может как открыто представлять интересы конкретной компании (бренда), так и скрыто направлять процессы продвижения, косвенными методами добиваясь нужного результата.

Как и другие занятия, связанные с применением креативного подхода в социальной сфере, профессия SMM-менеджера подвержена риску быть вытесненной искусственным интеллектом в гораздо меньшей степени, чем строго алгоритмизированная деятельность. Поиск новых нестандартных решений и необходимость специфического подхода к различным группам целевой аудитории расширяет горизонт применения специалистом не только его профессиональных умений, но и личных талантов. А развитие интернет-среды и регулярное появление новых социальных сетей с их уникальными особенностями и в будущем будут требовать от SMM-менеджера постоянного поиска более эффективных незапрограммированных решений.

Логика и структура курса построена таким образом, что позволяет учащимся самостоятельно и последовательно пройти через основные этапы деятельности по продвижению в социальных сетях.

Кроме того, обучающиеся смогут сформировать основные понятия о новых профессиях в различных областях человеческой деятельности в соответствии с Атласом новых профессий: менеджер непрерывности бизнеса, менеджер по управлению онлайн-продажами, персональный бренд-менеджер, менеджер портфеля корпоративных венчурных фондов, модератор сообществ пользователей, менеджер краудфандинговых и инвестиционных платформ, организатор проектного обучения, ментор стартапов.

Курс предоставляет возможность познакомиться с особенностями профессиональной деятельности по направлениям SMM, более подробно узнать о востребованности профессий и об области трудоустройства, о профессиональных качествах и компетенциях специалистов.

Базовые общеобразовательные предметы: математика, русский язык, обществознание.

ЦЕЛИ и ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ КУРСА

Цель программы курса

- формирование представления о профессиональной деятельности SMM-менеджер и практических навыков работы в области SMM-продвижения.

Задачи программы курса:

- дать представление о предмете, основных понятиях SMM-продвижения, целях и написании стратегии продвижения;
- ознакомить с особенностями написания контент-плана;
- сформировать навыки SMM-продвижения в конкретных социальных сетях и мессенджерах путем профессиональных проб.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ и ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ОТБОРА СОДЕРЖАНИЯ

В содержание курса включены следующие виды знаний:

- основные понятия и термины профессиональной деятельности, такие как SMM-стратегия, маркетинг, продвижение, социальные сети, контент-план, реклама в социальных сетях, графическое оформление, лидеры мнений, инфографика, контент-маркетинг, хештеги;
- принципы и инструменты продвижения в социальных сетях.

В содержании курса представлены следующие виды деятельности обучающихся:

- практическая, связанная с отработкой умений и навыков;
- поисковая деятельность по сбору информации;
- проектная деятельность и т.д.;

Для достижения целей обучения используются лекции, лабораторно-практические занятия, которые проводятся группами с использованием программных и технических средств обучения (компьютеров, интеллектуальных стендов).

Основанием для отбора содержания курса служат следующие критерии:

- перспективность изучаемых методов и технологий, применяемых в SMM;
- теоретическая и практическая значимость представленного в курсе образовательного материала и его ценность для последующего профессионального самоопределения;
- возможность отобранного материала для предоставления обучающимся в виде раздаточного материала, буклетов.

Методы, формы и средства обучения:

- **методы и приемы:** лекции; проектная деятельность; исследовательская деятельность; практические занятия; игровые технологии;
- **организационные формы:** коллективное, групповое обучение;
- **средства обучения:** вербально-информационные (имитационные моделирование, графические редакторы), технические (проектор, компьютеры).

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ и ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ КУРСА

В результате обучения обучающиеся будут знать:

- основные категории и предмет SMM-продвижения, цели формирования стратегии для продвижения;
- инструменты продвижения в социальных сетях и мессенджерах;

В результате обучения обучающиеся будут уметь:

- писать контент-план;
- определять целевую аудиторию;
- управлять инструментами продвижения в социальных медиа;
- создавать изображения для социальных сетей;
- писать продаваемые тексты для публикаций в социальных сетях и мессенджерах.

Формы контроля освоения курса:

Формы текущего контроля: текущий. Он проводится в виде устных опросов во время теоретических занятий и мини-самостоятельных работ, выполняемых в рамках практических занятий.

Форма итогового контроля: итоговый контроль производится по результатам анкетирования.

СПЕЦИФИКА ПРОГРАММЫ

Количество участников одной группы должно быть 10-15 человек.

Для практических занятий у обучающихся должны быть средства протоколирования результатов: тетрадь, ручка.

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Разделы, темы	Всего часов	в том числе		Форма контроля преподавателя
			теорет. занятия	практ. занятия	
1.	Раздел I. Введение в профессию SMM-менеджер	0,5	0,5	-	
1.1.	Тема 1. История развития SMM. Общие понятия об SMM.	0,25	0,25	-	устный опрос
	Тема 2. Современные тренды маркетинга в социальных сетях и мессенджерах.	0,25	0,25		устный опрос
2.	Раздел II. Виды профессиональной деятельности специалиста в области продвижения в социальных сетях	10	3	7	
2.1.	Тема 1. Как начать работать в социальных сетях			2	устный опрос, итоги практической работы
2.2.	Тема 2. Стратегия: почему её создание так важно			2	устный опрос, итоги практической работы
2.3.	Тема 3. Создание визуального оформления для социальных сетей		1	3	устный опрос, итоги практической работы
3.	Раздел III. Обобщающее занятие	0,5	0,5	-	
3.1.	Тема 1. Возможности карьерного роста в выбранной профессии	0,25	0,25	-	устный опрос
3.2.	Тема 2. Подведение итогов	0,25	0,25	-	анкетирование
ИТОГО:		11	4	7	

ПРОГРАММА КУРСА

«Новые социальные сети: заработай на SMM»

Раздел I. Введение в SMM (0,5 часа).

Тема 1. История развития SMM. Общие понятия об SMM. (0,25 часа)

Вводное занятие. Как начиналось развитие SMM. Базовые этапы формирования. Место SMM в интернет-маркетинге. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Психология предпринимательской деятельности.

Форма занятия: лекционное занятие.

Тема 2. Современные тренды маркетинга в социальных сетях и мессенджерах. (0,25 часа)

Социальные изменения и появление новых технологий и способов потребления информации. Социально ориентированный маркетинг. Новые форматы и эволюция соцсетей . «Быстрые» видео. «Ремиксирование» контента . Прямые трансляции. Разговорный маркетинг. AR. Аутентичный контент. Магазины в соцсетях. Забота о чистоте соцсетей.

Форма занятия: лекционное занятие.

Раздел II. Виды профессиональной деятельности специалиста в области продвижения в социальных сетях (10 часов)

Тема 1. Как начать работать в социальных сетях (2 часа)

Что такое социальные медиа, в чём их особенность, что продают в социальных сетях. Из чего состоит работа SMM-специалиста. Какие возможности продвижения представлены в соцсетях и мессенджерах.

Форма занятия: лекционное занятие, практическая работа.

Практическая работа №1. «Социальные медиа и личный блог». Задание: создать телеграм канал (авторский блог). Необходимо продумать тематику, описание. Аватарку канала. Написать первый вступительный пост. Цель: сформировать навыки работы в мессенджере.

Тема 2. Стратегия: почему её создание так важно (2 часа)

Что такое стратегия, из чего она состоит и зачем ее создавать. Анализ целевой аудитории и конкурентов, постановка цели и KPI. Формирование УТП бренда и его позиционирование в соцсетях.

Форма занятия: лекционное занятие, практическая работа.

Практическая работа №2. «Формирование личного бренда и выбор стратегии продвижения через социальные сети». Цель: сформировать навыки владения базовым инструментами продвижения в социальных сетях

Тема 3. Создание визуального оформления для социальных сетей (3 часа)

Изучение элементов визуальной коммуникации, их подбор и сочетание. Формирование концепции визуализации для своего аккаунта. Подготовка фотографии к публикации и монтирование видео.

Форма занятия: лекционное занятие, практическое занятие.

Практическая работа №3. «Разработка визуальной концепции социальных сетей». Цель: сформировать навыки работы с современными графическими редакторами для дизайна персональных страничек социальных сетей.

Раздел III. Обобщающее занятие (0,5 часа)

Тема 1. Возможности карьерного роста в выбранной профессии (0,25 часа)

Универсальный набор знаний, навыков и умений для реализации себя в выбранных профессиях. Должности, занимаемые специалистами-профессионалами. Успех на профессиональном поприще и продвижение по карьерной лестнице.

Форма занятия: лекционное занятие.

Тема 2. Подведение итогов (0,25 часа)

Форма занятия: комбинированное занятие.

Анкетирование.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ и ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1) Учебный кабинет, удовлетворяющий санитарно –гигиеническим требованиям, для занятий группы 10 человек (парты, стулья, доска, шкаф для УМК, переносная трибуна).

2) Компьютерный класс для занятий группы 10 человек, который укомплектован компьютерами с выделенным каналом выхода в Интернет.

3) Программное обеспечение: Операционная система Windows, стандартный пакет Microsoft Office (Word; Excel).

4) Оборудование, необходимое для реализации программы:

4.1. Мультимедийная проекционная установка;

4.2. Принтер черно-белый, цветной;

4.3. Сканер;

4.4. Ксерокс;

4.5. Диктофон или магнитофон;

4.6. Цифровой фотоаппарат.

4.7. Видеокамера.

6) Канцелярские принадлежности: ручки, карандаши, маркеры, корректоры; блокноты, тетради; бумага разных видов и формата (А1, А2, А 3, А 4); клей; файлы, папки и др.

7) Материалы и инструменты для творчества детей: бумага (офисная белая, цветная), картон разных размеров и цветов; краски (гуашь разных цветов, акварельные); цветные карандаши, фломастеры; ножницы, кисти, клей ПВА, клей-карандаш

Список литературы

1. Гражданский кодекс РФ. Часть вторая [Электронный ресурс] : от 26.01.1996 № 14-ФЗ : (ред. от 01.09.2018) // Консультант Плюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

2. Закон Российской Федерации «Об образовании» № 273-ФЗ, 26.12.2012 г. [Электронный ресурс] / Министерство образования и науки Российской Федерации. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/

3. Концепция развития дополнительного образования детей. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 4 сентября 2014 г. № 1726-р. [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_168200/.

4. Положение о порядке разработки, экспертизы и утверждения дополнительной общеобразовательной программы МБОУ ДО ГЦИР городского округа Тольятти. [Электронный ресурс] / Гуманитарный центр интеллектуального развития. Официальные документы. –Режим доступа: http://cir.tgl.ru/sp/pic/File/doc/2020/Polojenie_o_razrabotke_programm_2019.pdf

5. Сергей Щербаков. Партизанский маркетинг в социальных сетях, СПб., 2015, - 170 с.

6. Артем Сенаторов. Битва за подписчика в «Вконтакте»: SMM-руководство, Москва, 2016, - 168 с.

7. Роздольская И. В., Осадчая С.М., Лихонин К. В. Инновационные маркетинговые коммуникации, Белгород., 2015, - 248 с.

8. Дамир Халилов. Маркетинг в социальных сетях. М., 2013, - 240 с.

9. Наталия Ермолова. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+, Москва, 2016, - 358 с.

10. Как спланировать стратегию social media-продвижения для небольших e-commerce проектов. - <http://www.cossa.ru/149/91289/>

11. Стоимость продвижения в социальных сетях. - <http://great-world.ru/stoimost-prodvizheniya-v-socialnyx-setyah/>

12. Раздумывая над контентом для соцсетей. - <http://www.cossa.ru/155/101803/>

АННОТАЦИЯ

Наименование программы: «Новые социальные сети: заработай на SMM»

Наименование организации: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет»

Автор:

1. Несмеянова Н.А.

Курс предпрофильной подготовки позволяет определить круг профессий по направлениям, составляющим SMM: таргетолог, специалист по работе с социальными медиа, маркетолог, интернет-маркетолог; определить, для чего нужен Social Media Marketing; предоставить возможность обучающимся реализовать свой интерес в области продвижения бизнеса в социальных сетях; показать, как создавать рекламные кампании в социальных сетях; познакомить с основными принципами работы с мессенджерами и составления контент-плана; научить писать вовлекающие посты для разных площадок и взаимодействовать с подписчиками, общаться с аудиторией в соцсетях и в мессенджерах, анализировать продвижение; предоставить учащимся специализированную информационную поддержку.