

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНФОСФЕРА»

Утверждена приказом
АНО ДПО «Инфосфера»
от 31.08.2020 № 31.08.1-ОД

Рассмотрена и утверждена
на научно-методическом совете
ЦПП ИПС от 28.08.2020 № 11

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

«SMM. Таргетированная реклама»

Направленность: техническая/прикладная

Срок реализации программы: 2 месяца

Объем программы: 24 академических часов

Обучающиеся: от 18 лет

Разработал: преподаватель ИПС
АНО ДПО «Инфосфера»
Шайхутдинов Р.Г.

Йошкар-Ола, 2020

Пояснительная записка

О программе:

Практический курс «SMM. Таргетированная реклама» призван помочь научиться привлекать клиентов из социальных сетей: ВКонтакте, Instagram и Facebook.

На курсе учащиеся под руководством специалиста таргетолога научатся :

- Сегментировать аудиторию
- Разрабатывать рекламные объявления для таргетированной рекламы
- Настраивать и запускать рекламные кампании
- Собирать аналитику по рекламным кампаниям
- Повышать конверсию в обращения и заказы

О предмете, социальных сетях и таргетологах:

Таргетолог — это специалист, который занимается рекламой в социальных сетях. Задача таргетолога — настроить рекламу под нужную аудиторию и обеспечить поток заявок от клиентов в социальных сетях.

Он настраивает рекламу так, чтобы реклама показывалась не всем подряд, а только определенной группе людей — целевой аудитории. Это позволяет сократить затраты на рекламу и увеличить прибыль.

Целевая аудитория формируется по профилю в социальных сетях. Каждый участник социальных сети попадает в определенную аудиторию, когда заполняет профиль: указывает пол, возраст, интересы, группы, местоположение.

Категории обучающихся:

Возраст и образование: Слушателями курса могут быть лица от 18 лет, имеющие начальное, среднее или высшее профессиональное образование, а также выпускники общеобразовательных школ.

Выпускники и учащиеся факультетов: Архитектурно-строительный факультет, Радиотехнический факультет факультет, факультет Информатики и вычислительной техники, Физико-математический факультет (кафедра

Прикладная математика и информатика), а также выпускники и учащиеся факультетов на которых сочетают творчество и системный подход.

Для владельцев бизнеса

Которым необходимо присутствие в социальных сетях и кто хочет продвигать свой бизнес самостоятельно.

Для менеджеров

Которым необходимо контролировать работу агентства.

Для маркетологов

Курс поможет научиться планировать рекламные кампании, разобраться в рекламных форматах, настроить сегментацию и запустить рекламу с высокой конверсией.

Цель программы:

Научить привлекать клиентов из социальных сетей: VK, FB, Instagram.

Требования к начальному уровню подготовки обучающихся

Чтобы начать курс нужны базовые навыки работы с компьютером:

- Уверенно работать с браузером — искать информацию и регистрироваться на веб-ресурсах
- Уметь создавать и вносить информацию в программы Word/Excel или Google Doc / Google Sheets
- Включать компьютер, печатать на клавиатуре, запускать программы

Владеть базовыми навыками работы с Photoshop.

Формы занятий:

- Занятия 1 раз в неделю по 3 часа
- Занятия проходят по выходным в формате: лекция + практика
- Курс сопровождается дистанционно: группа в социальной сети, онлайн-чат с преподавателем
- К каждому занятию нужно выполнить домашнее задание

- Для подготовки к занятию обучающимся выдают материалы на дом

Формы аттестации:

- Промежуточная аттестация проходит в форме защиты домашних заданий преподавателю-таргетологу,
- Итоговая аттестация проходит в форме защиты проекта перед комиссией.

Планируемые результаты освоения программы

Планируемые личностные результаты

- Понимание потребностей других людей и умение поставить себя на их место
- Установка на поиск способов решения задач
- Критическое мышление

Планируемые метапредметные результаты

- Работа в команде
- Системный подход к работе
- Самостоятельное ведение проектов
- Работа с замечаниями

Планируемые предметные результаты

Обучающиеся научатся	В деталях
Готовить сообщества для запуска рекламы в социальных сетях	<ul style="list-style-type: none"> ● Формулировать требования по оформлению сообщества ● Собирать релевантный контент
Таргетировать рекламные кампании	<ul style="list-style-type: none"> ● Описывать аудиторию в формате (Mindmap) ЦА так, чтобы можно было настроить таргетированную рекламу ● Находить сообщества со своей ЦА по интересам ● Подбирать категории интересов для своей ЦА в настройках рекламного кабинета чтобы прицеливаться рекламой в ЦА

	<ul style="list-style-type: none"> ● Подготовиться к включению первой рекламной кампании
Продвигать продукт в каналах: ВКонтакте, Instagram и Facebook	<ul style="list-style-type: none"> ● Настраивать таргетинг ● Оформлять рекламный посты ● Запускать рекламные кампании ● Готовить отчеты об эффективности

Содержание программы

Тема 1. Основы привлечения клиентов из социальных сетей.

Познакомимся с возможностями привлечения клиентов из социальных сетей, сделаем аудит существующих сообществ, оценим объем своей аудитории.

Тема 2. Подготовка сообщества к рекламе.

Построим план развитию сообщества (найдем опорный пример для каждой ниши). Что нужно сделать в сообществе перед запуском рекламы. Релевантный контент. Воронка продаж. Бюджет на привлечение и прогноз по доходу.

Тема 3. Настройка аудитории таргетинга.

Сформируем портрет ЦА, настроим таргетинг и напишем первые объявления. Способ построения Mindmap с таргетингами: конкуренты, категории интересов, сегмент.

Тема 4. Рекламный пост.

Соберем комплект рекламных постов. Особенности таргета + примеры:

рекламный формат: промо-пост, боковой баннер. Креатив. Таргетинг: категории интересов, конкуренты

Тема 5. Таргетинг в Vkontakte.

Настроим таргет, включим рекламу и привлечем первых клиентов. Особенности таргетинга по аудиториям, собранным через парсеры. Особенности парсинга баз через парсеры для показа рекламы. Варианты рекламы: на сайт, в чат, в группу, лидогенерация. Правильная структура аккаунта и кампаний.

Тема 6. Таргетинг в Facebook.

Настроим таргет, включим рекламу и привлечем первых клиентов. Особенности таргетинга по интересам, поведению и др. Типы кампаний: лидогенерация, на сайт, в чат, реклама постов. Правильная структура аккаунта и кампаний.

Тема 7. Таргетинг в Instagram.

Настроим таргет, включим рекламу и привлечем первых клиентов. - особенности таргетинга по интересам, поведению и др. Типы кампаний: лидогенерация, на сайт, в чат, реклама постов. Правильная структура аккаунта и кампаний.

Тема 8. Ретаргетинг.

Настроим ретаргетинг и начнем показывать рекламу всем кто был на нашем сайте.

Тематическое планирование

№	Наименование разделов	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Лекции	Практ. занятия	
1	Основы привлечения клиентов из соц. сетей	3	1	2	Домашнее задание
2	Подготовка сообщества к рекламе	3	1	2	Домашнее задание
3	Настройка аудитории таргетинга	3	1	2	Домашнее задание
4	Рекламный пост	3	1	2	Домашнее задание
5	Таргетинг в Vkontakte	3	1	2	Домашнее задание
6	Таргетинг в Facebook	3	1	2	Домашнее задание
7	Таргетинг в Instagram	3	1	2	Домашнее задание
8	Ретаргетинг. Итоговая аттестация	3	1	2	Защита проекта
	Итого	24	8	16	

Организационно-педагогические условия реализации программы

Реализация программы обеспечена следующим оборудованием: столы; стулья; рабочие компьютеры; компьютер педагога; мультимедийный проектор; экран для проектора; магнитная доска для учебной аудитории; выход в Интернет. Состав группы 6-18 человек.

Теоретический материал подробно изучается на лекциях. Дополнительное изучение материала осуществляется за счет самостоятельного изучения материалов, предоставляемых преподавателем. Источниками материала для изучения являются методические пособия, техническая литература, профессиональные ресурсы Интернет.

Закрепление теоретического материала осуществляется при проведении лабораторных на компьютерах, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

В процессе обучения возможно использование следующих тактических технологий: лекция классическая, лекция проблемная, лекция-визуализация, лекция-диалог, аудиторно-практическое занятие классическое, практикум-лабораторная работа, самообучение.

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы:

Принцип пирамиды Минто. Золотые правила мышления, делового письма и устных выступлений	Помогает научиться предельно ясно и правильно излагать свои мысли.	https://www.ozon.ru/context/detail/id/4045292/
Нет отбоя от клиентов. Простая и надежная система привлечения клиентов, даже если вы ненавидите продавать	В книге по шагам изложен алгоритм продвижения бренда в интернете.	https://www.ozon.ru/context/detail/id/24764982/
Идеальный Landing Page. Создаем продающие веб-страницы	Поможет освоить алгоритм создания промо-страниц с высокой конверсией.	https://www.ozon.ru/context/detail/id/32538522/

<p>Искусство создания рекламных посланий. Справочник выдающегося американского копирайтера</p>	<p>На примерах раскрывает психологические принципы, которые лежат в основе интересного и убедительного текста.</p>	<p>https://www.ozon.ru/context/detail/id/19508154/</p>
---	--	--

Приложение № 1. Сроки и режим занятий
Планируемые сроки занятий

№ п/п	Тема	Часов			
		Лекции	Практ. занятия	Итоговый контроль	Итого часов
1 неделя	Основы привлечения клиентов из соц. сетей	1	2		3
2 неделя	Подготовка сообщества к рекламе	1	2		3
3 неделя	Настройка аудитории таргетинга	1	2		3
4 неделя	Рекламный пост	1	2		3
5 неделя	Таргетинг в Vkontakte	1	2		3
6 неделя	Таргетинг в Facebook	1	2		3
7 неделя	Таргетинг в Instagram	1	2		3
8 неделя	Ретаргетинг	1	1	1	3
Итого		8	15	1	24

Режим занятий: ак. час – 45 минут, перерыв 10-15 минут, одно занятие 3 ак. часа

Приложение № 2. Демонстрационный вариант итоговой контрольной работы

По итогам курса учащиеся сделают:

1. Настроят таргетированную рекламу
2. Разработают комплект объявлений: баннеры и тексты
3. Запустят рекламные кампании в 3-х социальных сетях: ВКонтакте, Facebook, Instagram.

Заключительным испытанием курса «SMM. Таргетированная реклама: ВКонтакте, Facebook, Instagram» будет презентация проектов. По итогам презентации должно быть ясно, что вам можно поручить самостоятельно привлечь клиентов из социальных сетей – настроить и запустить рекламу. Длительность выступления 7 минут.

Приложение № 3.

По итогам обучения выдается документ следующего образца



**Институт
Программных
Систем**



СВИДЕТЕЛЬСТВО

настоящее свидетельство №0000
подтверждает, что

Фамилия
Имя Отчество

успешно освоил (а) программу обучения
«SMM. Таргетированная реклама»
в объеме 24 академических часа

Директор АНО ДПО «Инфосфера»

Ю.В. Усков

Руководитель ЦПП ИПС

А.И. Козлов



г. Йошкар-Ола
«__» _____ 20__ г.

Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования «Инфосфера»
Центр профессиональной подготовки Институт Программных Систем