


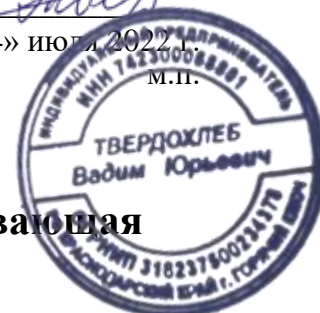
**Индивидуальный предприниматель Твердохлеб Вадим Юрьевич
Учебный центр «ИВЦ 8 бит»**

УТВЕРЖДАЮ:

ИП Твердохлеб В.Ю.
Твердохлеб В.Ю./ 

«04» июля 2022 г.

М.П.



**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая
программа
«Бизнес ВКонтакте своими руками»**

Цель программы: получение практических знаний по грамотному продвижению личной страницы (личного «бренда»), товаров и услуг в социальной сети ВКонтакте.

со своей страницы или страницы сообщества ВКонтакте.

Категория слушателей: любой пользователь социальной сети ВКонтакте, начинающие предприниматели, SMM-менеджеры, маркетологи, копирайтеры, таргетологи, дизайнеры.

Объем программы: 16 часов

Форма обучения: электронная форма (электронное обучение), с применением дистанционных образовательных технологий.

Горячий Ключ, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.....	3
1.1. Общие положения.....	3
1.2. Планируемые результаты обучения.....	4
1.3. Характеристика профессиональных компетенций, подлежащих совершенствованию в результате освоения Программы.....	5
1.4. Характеристика новых профессиональных компетенций, формирующихся в результате освоения Программы.....	5
2. Учебно-тематический план.....	7
3. Рабочие программы модулей.....	13
4. Календарный учебный график.....	18
5. Организационно-педагогические условия реализации Программы.....	18
6. Оценка качества освоения Программы.....	19

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Дополнительное образование в сфере продвижения товаров и услуг в сети Интернет и в социальных сетях в данное время востребовано, как никогда и нуждается в поддержке со стороны общества и государства. Многие компании после введения санкций осваивают продвижение в российской социальной сети ВКонтакте, обладающей широким инструментарием для увеличения продаж личного бизнеса и удобной работы. Изучение методов и инструментов работы ВКонтакте помогают компаниям увеличить продажи, привлечь новых клиентов, повысить известность на рынке, а пользователям сети – развить свои личные навыки и индивидуальные способности, ориентируясь на возможность получения новых возможностей при продвижении собственной личности, создав серьезную конкуренцию коммерческим организациям.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Бизнес ВКонтакте своими руками» (далее Программа) предназначена для развития личных способностей пользователей сети ВКонтакте, продвижения личного «бренда», адаптации пользователей сети к тенденциям нового времени, для получения дополнительных личных навыков начинающими предпринимателями, SMM-специалистами, начинающими маркетологами, копирайтерами, таргетологами, дизайнерами, без предъявления требований к опыту работы, стажу и квалификации.

Данная программа предназначена для взрослых слушателей, проявляющих интерес к практической работе в социальной сети ВКонтакте и/или желающих систематизировать, улучшить, закрепить свои знания и умения работы с указанной социальной сетью.

Кроме того, освоение Программы позволит начать динамическое развитие в области SMM (Social Media Marketing – маркетинг в социальных сетях), чтобы быть в курсе актуальных тенденций развития социальной сети ВКонтакте.

Форма обучения: электронная форма (электронное обучение), с применением дистанционных образовательных технологий.

Трудоемкость освоения Программы – 16 часов: 8 часов 13 минут слушатели получают материал в вебинарной комнате на образовательной платформе Skillspace, на занятиях слушателям даются задания для самостоятельной работы, на самостоятельную работу отводится 7 часов 47 минут.

Виды образовательных технологий: лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа, промежуточная аттестация в виде проверки домашних заданий, итоговая аттестация в онлайн-формате.

Цель реализации Программы: Получение дополнительного образования в сфере SMM (Social Media Marketing – маркетинг в социальных сетях), для любых пользователей социальной сети ВКонтакте, желающих систематизировать, улучшить, закрепить свои знания и умения работы с указанной социальной сетью, с целью совершенствования уже имеющихся у них личных способностей, знаний, для эффективного всестороннего развития личности и личных интересов, продвижения и продажи собственных товаров или услуг при помощи сервисов сети ВКонтакте.

Настоящая Программа разработана на основании нормативной и методической документации:

- Трудовой кодекс РФ от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ;
- Федеральный закон РФ от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказ Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. N 196 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам".

Содержание Программы построено в соответствии с модульным принципом. Структурными единицами являются модули. Каждый модуль подразделяется на темы.

Планируемые результаты обучения направлены на получение новых компетенций, знаний, умений, навыков как у пользователей сети ВКонтакте без коммерческого ориентирования, в качестве развития личных качеств, так и у начинающих предпринимателей по продвижению собственных товаров или услуг, начинающих маркетологов, копирайтеров, дизайнеров, таргетологов, SMM-менеджеров, а также любых специалистов, которые работают с указанной сетью.

Учебный план определяет содержание уроков и их последовательность, устанавливает формы организации учебного процесса и их соотношение (лекции и практические занятия), конкретизирует формы контроля знаний и умений обучающихся. В случае необходимости, учитывая уровень базисных знаний, актуальность задач подготовки, по усмотрению руководителя образовательной организации, могут быть внесены изменения в распределение учебного времени, предусмотренного учебными планами Программы, в пределах 15% от общего количества учебных часов.

Организационно-педагогические условия реализации Программы включают:

- учебно-методическую документацию и материалы по всем модулям курса;
- материально-техническую базу, обеспечивающую организацию учебного процесса: облачная платформа Skillspase, организация рабочего места преподавателя.

Практические занятия проводятся с целью закрепления теоретических знаний и выработки у слушателей умений и навыков работы в социальной сети ВКонтакте.

Для проведения аттестации используются необходимые формы аттестации, позволяющие оценить степень достижения учащимися запланированных результатов обучения по Программе.

Текущий контроль осуществляется в форме проверки качества выполнения домашних заданий. Итоговая аттестация осуществляется посредством проведения зачета и выявляет теоретическую и практическую подготовку обучающихся в соответствии с целями Программы.

Обучающийся допускается к итоговой аттестации после изучения Программы в объеме, предусмотренном учебным планом. Успешно прошедшие итоговую аттестацию обучающиеся получают документ о дополнительном образовании детей и взрослых.

1.2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Результаты обучения по Программе направлены на приобретение новых компетенций и навыков по направлению SMM, на формирование дополнительных компетенций, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения.

Слушатели, успешно завершившие обучение по Программе, могут осуществлять процесс продвижения личного продукта или услуги в социальной сети ВКонтакте и качественно решающих следующие задачи:

- настройка личных аккаунтов, их оформление и защита от взлома.
- определение и анализ сегментов целевой аудитории продукта или услуги.
- анализ конкурентов и поиск отличий от них.

- позиционирование продукта или услуги, создание доверия к нему.
- настройки продающего сообщества ВКонтакте
- создание интернет-магазина на базе сообщества ВКонтакте.
- увеличение продаж с помощью контента.
- Внедрение автоматизации и геймификации сообщества ВКонтакте.

Общие требования к уровню подготовки слушателя (без предъявления требований к уровню образования, квалификации и опыту):

- имеет регистрацию в социальной сети ВКонтакте;
- владеет достаточными теоретическими знаниями в общекультурной и профессиональной деятельности;
- владеет навыками написания текстов;
- владеет базовой терминологией SMM;
- владеет базовыми навыками публикаций контента в соц.сетях;
- имеет аналитические способности;
- умеет самостоятельно работать с литературой, методическими пособиями; способен самостоятельно анализировать, критически оценивать и использовать получаемую информацию.

1.3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ, ПОДЛЕЖАЩИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

У обучающегося совершенствуются следующие универсальные компетенции (далее - УК): способность управления воспринимаемой ценностью личного «бренда», товара, услуги для роста продаж и прибыли (УК- 1).

У обучающегося совершенствуются личные качества и компетенции (далее - ОПК):

- организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения задач, оценивать их эффективность и качество;
- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения задач, профессионального и личностного развития;
- использовать информационно-коммуникационные технологии в своей деятельности;
- эффективно общаться с потребителями и заказчиками своих услуг;
- самостоятельно определять задачи собственного развития, заниматься дополнительным самообразованием;
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в SMM.
- анализировать целевую аудиторию и отстраиваться от конкурентов;
- настраивать личные аккаунты и продающие сообщества ВКонтакте;
- разбираться в типах и видах контента;
- увеличивать продажи товаров и услуг с помощью SMM;

1.4. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЮЩИХСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

У обучающегося формируются следующие компетенции (далее - К):

Правильно организованный процесс SMM в социальной сети ВКонтакте оказывает положительное влияние на имидж пользователя сети, увеличивается объем не только продаж, но и знаний о товарах и услугах.

У обучающегося формируются следующие компетенции и навыки:

- уметь настраивать личные аккаунты и сообщества ВКонтакте;
- уметь определять сегменты целевой аудитории;
- уметь анализировать конкурентов и отстраиваться от них;
- уметь писать и редактировать текст;
- уметь создавать посты разного типа и формата, на разные виды реакций;
- разбираться в трендах, продумывать и размещать визуальный контент;
- уметь находить и использовать инфоповоды;
- пользоваться внутренними системами статистики социальных сетей;
- уметь оценивать работу в соответствии со своими навыками и требованиями рынка.

Результатом освоения Программ является приобретение обучающимися следующих знаний, умений и навыков в предметных областях:

в области теории SMM:

- организация присутствия личного «бренда» в социальной сети ВКонтакте;
- проведение конкурентного анализа;
- выявление потребительского отношения к товару или услуге, согласно лестнице Бена Ханта и барьеров по использованию товаров и услуг;
- определение целевой аудитории «бренда» и понимания особенностей поведения в социальной сети ВКонтакте, сегментация ЦА;
- критерии и способы сегментирования: рынок, целевые группы, клиенты, поведение;
- умение выстраивать позитивный диалог с пользователями социальной сети ВКонтакте посредством качественного контента;
- отслеживание трендов и использование их в своей работе.

в области общих менеджерских качеств:

- планирование работы над проектом по продвижению.

в области аналитических данных:

- анализ продукта, анализ потребностей целевой аудитории, анализ конкурентов;
- анализ результатов контентной деятельности, подсчет показателей вовлеченности.

в области творческой составляющей:

- умение писать тексты на любую тему и для разных задач;
- способность придумывать регулярные активности для разной аудитории.

2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Категория слушателей: – любые пользователи сети ВКонтакте, заинтересованные в развитии личных качеств в области SMM, начинающие предприниматели по продвижению собственных товаров или услуг. а также лица, не имеющие квалификации и опыта работы в области SMM.

Срок обучения: – до 14 дней

Форма обучения: – дистанционная (электронная форма (электронное обучение), с применением дистанционных образовательных технологий).

Режим занятий: от 2 до 6 часов в день

№ п/п	Наименование разделов/тем/модулей	Общая трудоемкость, мин	Всего контактн. мин		Контактные мин.			СРС, мин	Формы контроля
			синхронных	асинхронных	лекции	лабораторные работы	практические и семинарские занятия		
1	Модуль 1. Настройки личной страницы		-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
1.1	Урок 1. Настройки личной страницы ВКонтакте. Делаем страницу удобной для работы.	10	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
1.2	Урок 2. Безопасность. Как защитить себя от мошенников.	8	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
1.3	Урок 3. Оформление и упаковка личной страницы. Делаем страницу привлекательной для ваших клиентов. Отстраиваемся от конкурентов.	10	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	47	-//-

1.4	Урок 4. За что вашу страницу и сообщество могут заблокировать. Как этого избежать.	12	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
2	Модуль 2. Как увеличить количество обращений клиентов на твои услуги за счет правильной работы с аудиторией		-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
2.1	Урок 5. Друзья и подписчики. Мастер-класс по работе с друзьями при помощи бесплатного сервиса Tool 42	12	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
2.2	Урок 6. Целевая аудитория и где ее искать. Как собрать базу потенциальных клиентов, которым будем продавать.	10	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
2.3	Урок 7. Сегменты целевой аудитории и почему они покупают.	6	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-
2.4	Урок 8. Теплота целевой аудитории. Как предложить своей аудитории то, что они захотят купить.	8	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
2.5	Урок 9. Анализируем и отстраиваемся от конкурентов. Выделяемся так, чтобы покупали у нас, а не у них.	12	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-
2.6	Урок 10. Позиционирование и личный бренд. Люди покупают у тех,	5	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-

	кому верят. Как создать доверие к себе и своему продукту.								
3	Модуль 3. Создаем и упаковываем сообщество Вконтакте. Настраиваем процесс продаж товаров и услуг.		-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
3.1	Урок 11. Для чего нужно сообщество в ВК. Отличия от личной страницы	6	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
3.2	Урок 12. Виды и типы сообществ. Создаем сообщество в ВКонтате под ваши цели.	13	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-
3.3	Урок 13. Выдача прав участникам на управление сообществом. Как обезопасить и оптимизировать работу с сообществом.	10	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
3.4	Урок 14. Основные настройки продающего сообщества в ВКонтате. Создайте готовую площадку для продаж, продвижения и общения с покупателями. Часть 1.	37	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
3.5	Урок 15. Основные настройки продающего сообщества в ВКонтате. Создайте готовую площадку для продаж, продвижения и общения с покупателями. Часть 2.	28	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-

3.6	Урок 16. Товары и услуги. Как создать на базе ВКонтакте свой интернет-магазин. Практическое занятие, как настроить процесс продаж и витрину товаров и услуг в любом сообществе.	25	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	60	-//-
3.7	Урок 17. Приложения и виджеты в сообществе. Как правильно подключить виджет "Анкета" для сбора заявок.	15	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-
4	Модуль 4. Увеличиваем продажи контентом.		-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.1	Урок 18. Контент в сообществе. Типы и форматы постов. Как постоянно быть в фокусе внимания вашей аудитории.	31	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.2	Урок 19. Виды реакций на посты. Как получить осознанное и нужное тебе действие подписчика на твой пост.	13	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.3	Урок 20. Контент-план. Рубрики. Ведение сообщества. Как всегда знать, о чем написать пост.	21	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-
4.4	Урок 21. Пост-закреп. Как сделать так, чтобы твой клиент обнаружил нужную ему информацию о тебе и твоей услуге на самом видном месте.	3	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-

4.5	Урок 22. Как написать статью-лонгрид. Мастер-класс о том, как создать мини-лендинг ВКонтакте из обычного поста.	19	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-
4.6	Урок 23. Хештеги, эмодзи и стоп-слова. Что убивает ваши продажи.	10	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.7	Урок 24. Как прикрепить товар к фото. Как это делать, не знают 87% SMM-щиков.	5	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.8	Урок 25. Работа с видео. Мастер-класс по размещению видеоматериалов ВКонтакте.	10	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.9	Урок 26. Где и какие фото нужно брать к постам и не попасть на штраф за использование чужих изображений	5	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.10	Урок 27. Визуальные шаблоны постов или как стать узнаваемым в "умной" ленте.	7	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.11	Урок 28. Что такое охваты постов. Смотрим и анализируем статистику постов для увеличения охватов и продаж.	13	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
4.12	Урок 29. Умная лента ВКонтакте. Учимся понимать алгоритмы ВК, чтобы они работали на тебя.	10	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-

4.13	Урок 30. Алгоритм защиты авторского права Немезида. Как защитить себя от воровства контента и самому не попасть под молотки.	5	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
5	Модуль 5. Повышаем продажи за счет дополнительных возможностей ВКонтакте		-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
5.1	Урок 31. Как правильно набрать первых целевых подписчиков в сообщество. 13 честных методов привлечения первых подписчиков.	9	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
5.2	Урок 32. Как увеличить продажи за счет автоматизации и геймификации ВКонтакте.	13	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
5.3	Урок 33. Сервис рассылок Senler. Собираем и правильно работаем с базой подписчиков. Создаем рассылки писем, с которых покупают.	52	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	45	-//-
5.4	Урок 34. Мастер-класс по подключению игры к сообществу в прямом эфире. Увеличиваем лояльность и вовлеченность старой аудитории. Получаем новых подписчиков и повышенные охваты у следующих постов.	18	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-

5.5	Урок 35. Накрутка подписчиков и лайкчаты как самая распространенная ошибка при продвижении. Почему КАТЕГОРИЧЕСКИ нельзя это использовать.	11	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
5.6	Урок 36. Партизанский маркетинг. 7 советов от профессионалов по продвижению без лишних затрат.	11	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-
	Итоговая аттестация	60	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	Тестирование
	Итого	493	-//-	-//-	-//-	-//-	-//-	467	-//-
Итоговая аттестация		Итоговая аттестация производится посредством видеосервисов электронной образовательной платформы Skillspace. Итоговая аттестация осуществляется на вебинарном занятии, на котором преподавателем будут задаваться вопросы слушателю по теоретической и практической части курса устно, слушатель предоставляет ответы на вопросы аттестации письменно с использованием сервисов образовательной платформы Skillspace.							

3. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ МОДУЛЕЙ

В данном разделе приводится подробное описание содержания учебных тем (уроков).

№, наименование темы (урока)	Содержание лекций (кол-во минут)	Наименование домашних заданий (количество минут)	Виды СРС (кол-во минут)
------------------------------	----------------------------------	--	-------------------------

Модуль 1. Настройки личной страницы (40 минут)			
Урок 1. Настройки личной страницы ВКонтакте. Делаем страницу удобной для работы.			
Урок 2. Безопасность. Как защитить себя от мошенников.			
Урок 3. Оформление и упаковка личной страницы. Делаем страницу привлекательной для ваших клиентов. Отстраиваемся от конкурентов.		Выполнить настройки своего личного профиля ВКонтакте в соответствии с рекомендациями (60 минут).	
Урок 4. За что вашу страницу и сообщество могут заблокировать. Как этого избежать.			
Модуль 2. Как увеличить количество обращений клиентов на твои услуги за счет правильной работы с аудиторией (53 минуты)			
Урок 5. Друзья и подписчики. Мастер-класс по работе с друзьями при помощи бесплатного сервиса Tool 42			
Урок 6. Целевая аудитория и где ее искать. Как собрать базу потенциальных клиентов, которым будем продавать.			
Урок 7. Сегменты целевой аудитории и почему они покупают.		1. Описать в произвольной форме несколько основных сегментов своей (или клиента) целевой аудитории. 2. Для каждого сегмента ответить на вопросы: "почему они могут купить мою услугу/товар?" и "почему они могут НЕ купить мою услугу/товар?" (45 минут)	
Урок 8. Теплота целевой аудитории. Как предложить своей аудитории то, что они захотят купить.			
Урок 9. Анализируем и отстраиваемся от конкурентов. Выделяемся так, чтобы покупали у нас, а не у них.		Скачать и заполнить файл "Табличный метод отстройки от конкурентов" (45 минут).	

Урок 10. Позиционирование и личный бренд. Люди покупают у тех, кому верят. Как создать доверие к себе и своему продукту.			

Модуль 3. Создаем и упаковываем сообщество Вконтакте. Настраиваем процесс продаж товаров и услуг (134 минуты)			
Урок 11. Для чего нужно сообщество в ВК. Отличия от личной страницы			
Урок 12. Виды и типы сообществ. Создаем сообщество в ВКонтате под ваши цели.		Создать сообщество ВКонтате (45 минут)	
Урок 13. Выдача прав участникам на управление сообществом. Как обезопасить и оптимизировать работу с сообществом.			
Урок 14. Основные настройки продающего сообщества в ВКонтате. Создайте готовую площадку для продаж, продвижения и общения с покупателями. Часть 1.			
Урок 15. Основные настройки продающего сообщества в ВКонтате. Создайте готовую площадку для продаж, продвижения и общения с покупателями. Часть 2.		Настроить сообщество ВКонтате по материалам и рекомендациям 14 и 15-го уроков (45 минут).	
Урок 16. Товары и услуги. Как создать на базе ВКонтате свой интернет-магазин. Практическое занятие, как настроить процесс продаж и витрину товаров и услуг в любом сообществе.		Настроить интернет-магазин или витрину с услугами в сообществе ВКонтате (60 минут).	
Урок 17. Приложения и виджеты в сообществе. Как правильно подключить виджет "Анкета" для сбора заявок.		Подключить и настроить виджет «Анкета» (45 минут).	

Модуль 4. Увеличиваем продажи контентом (152 минуты)			
Урок 18. Контент в сообществе. Типы и форматы постов. Как постоянно быть в фокусе внимания вашей аудитории.			
Урок 19. Виды реакций на посты. Как получить осознанное и нужное тебе действие подписчика на твой пост.			

Урок 20. Контент-план. Рубрики. Ведение сообщества. Как всегда знать, о чем написать пост.		Придумать и прислать 7 тем для постов (на неделю). Использовать разный формат и типы постов (45 минут).	
Урок 21. Пост-закреп. Как сделать так, чтобы твой клиент обнаружил нужную ему информацию о тебе и твоей услуге на самом видном месте.			
Урок 22. Как написать статью-лонгрид. Мастер-класс о том, как создать мини-лендинг ВКонтакте из обычного поста.		Написать пост-закреп о себе на личной странице или о компании в сообществе (45 минут).	
Урок 23. Хештеги, эмодзи и стоп-слова. Что убивает ваши продажи.			
Урок 24. Как прикрепить товар к фото. Как это делать, не знают 87% SMM-щиков.			
Урок 25. Работа с видео. Мастер-класс по размещению видео-материалов ВКонтакте.			
Урок 26. Где и какие фото нужно брать к постам и не попасть на штраф за использование чужих изображений			
Урок 27. Визуальные шаблоны постов или как стать узнаваемым в "умной" ленте.			
Урок 28. Что такое охваты постов. Смотрим и анализируем статистику постов для увеличения охватов и продаж.			
Урок 29. Умная лента ВКонтакте. Учимся понимать алгоритмы ВК, чтобы они работали на тебя.			
Урок 30. Алгоритм защиты авторского права Немезида. Как защитить себя от воровства контента и самому не попасть под молотки.			

Модуль 5. Повышаем продажи за счет дополнительных возможностей ВКонтакте (114 минут)			
Урок 31. Как правильно набрать первых целевых подписчиков в сообщество. 13 честных методов привлечения первых подписчиков.			
Урок 32. Как увеличить продажи за счет автоматизации и геймификации ВКонтакте.			
Урок 33. Сервис рассылок Senler. Собираем и правильно работаем с базой подписчиков. Создаем рассылки писем, с которых покупают.			Создать подписную страницу рассылки на бесплатном тарифе в Senler (45 минут).
Урок 34. Мастер-класс по подключению игры к сообществу в прямом эфире. Увеличиваем лояльность и вовлеченность старой аудитории. Получаем новых подписчиков и повышенные охваты у следующих постов.			
Урок 35. Накрутка подписчиков и лайкчаты как самая распространенная ошибка при продвижении. Почему КАТЕГОРИЧЕСКИ нельзя это использовать.			
Урок 36. Партизанский маркетинг. 7 советов от профессионалов по продвижению без лишних затрат.			

4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Форма обучения, режим и продолжительность занятий

Форма обучения	Обучающих часов	Кол-во дней	Общая продолжительность программы (часов)
электронная (электронное обучение), с применением исключительно дистанционных образовательных технологий	16	До 14 дней	16
	Разделы программы		1-5
1	<i>Настройки личной страницы</i>		3
2	<i>Как увеличить количество обращений клиентов на твои услуги за счет правильной работы с аудиторией</i>		3
3	<i>Создаем и упаковываем сообщество ВКонтакте. Настраиваем процесс продажи товаров и услуг</i>		4
4	<i>Увеличиваем продажи контентом</i>		4
5	<i>Повышаем продажи за счет дополнительных возможностей ВКонтакте</i>		2

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Организационно-педагогические условия реализации Программы включают:

1. Учебно-методический комплекс:

1. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях/ Халилов Д.- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.-240
2. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета/ Пер.с англ.: Баймухаметова Д., Терентьева О. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.-288 с.
3. Твердохлеб В., Максимова И. Покори фриланс: пошаговое руководство к действию/ Твердохлеб В., Максимова И. – Издательские решения, 2021.- 218с.
4. Джейсон Ф., Эрик Д. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном/ Пер.с англ.: Иващенко В.- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.-336 с.
5. Тихомиров В. П., Тихомирова Н. В., Данченко Л.А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: Учебное пособие/ Тихомиров В. П., Тихомирова Н. В., Данченко Л.А. - СПб.: Питер, 2013
6. Румянцев Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Новые практики и технологии/ Румянцев Д. — СПб.: Питер, 2016.-400 с.
7. Одден Л. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему? Пер.с англ. Иващенко В. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.- 384с.
8. Рэбхэн Б. От кликов к продажам. Как повысить продажи через оптимизацию конверсии! Пер.с англ.: Дворецкая Ю. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.-304 с.
9. Югова А. Продвижение ВКонтакте/ Югова А. -М.: Издательство АСТ. 2021. 320с.

10. Твердохлеб В. Получи ключи от личного бренда/ Твердохлеб В. Издательские решения, 2022. 172с.

11. Гавриков А., Давыдов В., Федоров М. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога. -М.: Издательство АСТ, 2020, 352с.

2. Материально-технические условия:

Выбор методов обучения для каждого занятия определяется преподавателем в соответствии с составом и уровнем подготовленности слушателей, степенью сложности излагаемого материала.

Программы образовательных курсов состоят из лекционных и практических частей. Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции - дать систематизированные основы знаний по учебной теме, акцентировав внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию их творческого мышления.

Для реализации Программы необходимо наличие учебного места, состоящего из персонального компьютера, подключенного к сети «Интернет»

Практические занятия проводятся с целью закрепления теоретических знаний и выработки у слушателей умений и навыков работы в ситуациях, максимально имитирующих реальные процессы.

3. Кадровые условия:

Требования к кадровым условиям реализации Программы: Квалификационные требования к педагогам Учебного центра соответствуют приказу Министерства труда и социальной защиты РФ от 5 мая 2018 г. N 298н "Об утверждении профессионального стандарта "Педагог дополнительного образования детей и взрослых», Приказу Министерства труда и социальной защиты РФ от 22 сентября 2021 г. N 652н "Об утверждении профессионального стандарта "Педагог дополнительного образования детей и взрослых" (вступает в силу с 01.09.2022г.).

6. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения программы слушателями включает промежуточную аттестацию обучающихся по результатам сдачи домашних заданий и итоговую аттестацию.

Промежуточная аттестация успеваемости проводится по результатам сдачи домашних заданий, указанных в учебном плане рабочей Программы. Она проводится в форме оценки самостоятельной работы, зачёта практических манипуляций и оценки выполнения имитационных заданий. Результат оценки фиксируется преподавателем по пятибалльной системе в онлайн-журнале домашних заданий на образовательной платформе SkillSpace в личном кабинете учащегося.

Итоговая аттестация проводится в заключение освоения Программы.

Целью итоговой аттестации является установление соответствия уровня подготовки слушателей, а также установление соответствия достижения цели освоения Программы: совершенствование имеющихся компетенций и приобретение новых навыков, необходимых для последующей деятельности.

К итоговой аттестации допускается слушатель, в полном объеме выполнивший учебный план по осваиваемой программе дополнительного образования.

Информация о сроках проведения итоговой аттестации доводится до слушателей в соответствии с учебно-календарным графиком.

Результаты итоговой аттестации фиксируются в ведомости установленного образца и оцениваются по пятибалльной системе.

После успешной аттестации слушателям выдается документ установленного образца — свидетельство о прохождении обучения, который подписывает руководитель Учебного центра.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, предоставляется повторная возможность пройти аттестацию неограниченное количество раз.
