

ЛЕКЦИЯ 1: ЧТО ТАКОЕ SMM И КТО ТАКОЙ SMM СПЕЦИАЛИСТ

5 марта

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Разберем основные теоретические понятия и вместе дадим определение SMM.
- Какими качествами должен обладать идеальный SMMщик.
- Как прокачать навыки, необходимые для работы и обучения.

ЛЕКЦИЯ 2: С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ СТРАТЕГИЯ? АУДИТ ТЕКУЩЕГО СООБЩЕСТВА И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ

7 марта

Преподаватель:
Лариса Волкова

- Зачем нужна стратегия?
- Полезные сервисы для аудита.
- На какие показатели обратить внимание?
- Какие существуют цели ведения социальных сетей, как выбрать свою.
- Структура стратегии, какие пункты обязательны.

ЛЕКЦИЯ 3: С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ СТРАТЕГИЯ? АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

12 марта

Преподаватель:
Лариса Волкова

- Зачем нужен аудит конкурентов?
- Сервисы для аудита конкурентов.
- На какие показатели обратить внимание?
- Выводы.

ЛЕКЦИЯ 4: С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ СТРАТЕГИЯ? АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПРОЕКТА

14 марта

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Основные показатели: сбор данных.
- Сегментация ЦА.
- Составление персонажей.
- Как это применять на практике.

ЛЕКЦИЯ 5: ПРОДВИЖЕНИЕ В FACEBOOK

19 марта

Преподаватель:
Тимур Фехрайдинов

- Специфика площадки, основные отличия от других соцсетей.
- Бизнес-страница, группа, личная страница – на что делать ставку и какие форматы контента там публиковать.
- Как привлечь первых подписчиков.
- Разбираем "умную ленту для друзей и членов семьи" – что это и как делать так, чтобы ваши посты в ней отображались.
- "Стоп-сигналы" для умной ленты – чего делать точно не стоит. Видеомаркетинг в Facebook – почему нужно им заниматься и как это делать.

ЛЕКЦИЯ 6: ПРОДВИЖЕНИЕ В INSTAGRAM

21 марта

Преподаватель:
Дарья Завьялова

- Мифы об «Инстаграме».
- Типы и форматы контента.
- Особенности создания текстов для этой соцсети.
- Платные инструменты продвижения.

ЛЕКЦИЯ 7: ПРОДВИЖЕНИЕ ВО «ВКОНТАКТЕ»

26 марта

Преподаватель:
Лариса Волкова

- Аудитория соцсети.
- Форматы ведения соцсети (группа, сообщество, мероприятие, личная страница).
- Возможности продвижения публика.
- Типичные ошибки в продвижении.
- Сервисы в помощь.

ЛЕКЦИЯ 8: ПРОДВИЖЕНИЕ В «ОДНОКЛАССНИКАХ»

28 марта

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Как понять, что там есть ваша ЦА.
- Мифы об «Одноклассниках».
- Типы и форматы контента.
- Платные инструменты продвижения.

ЛЕКЦИЯ 9: ОСНОВЫ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

2 апреля

Преподаватель:
Владимир Смирнов

- Вводная часть. Зачем нужна реклама.
- Рекламные кабинеты VK, Facebook + Instagram, «Одноклассники».
- Основные цели рекламных кампаний. Целевой трафик, узнаваемость, вовлеченность, продажи.
- Форматы рекламных объявлений и их применение.
- Чек лист таргетолога/маркетолога при запуске рекламы.

ЛЕКЦИЯ 10: РЕТАРГЕТИНГ И ПАРСИНГ АУДИТОРИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

4 апреля

Преподаватель:
Владимир Смирнов

- Зачем нужны ретаргет и парсинг.
- Ретаргет и динамический ретаргет.
- Пиксель VK, FB, OK.
- Парсинг аудитории.
- Инструменты для парсинга.
- Мини-практика. Парсинг аудитории в реальном времени / на скринах.

ЛЕКЦИЯ 11: ГОСТЕВЫЕ ПУБЛИКАЦИИ (ПОСЕВЫ)

9 апреля

Преподаватель:
Лариса Волкова

- Что это такое, и в каких соцсетях актуально.
- Сервисы для гостевого постинга.
- Сервисы для поиска блогеров.
- Живое общение с площадками.
- KPI для отслеживания эффективности.

ЛЕКЦИЯ 12: КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ, ИЛИ КАК ОБЩАТЬСЯ СО СВОЕЙ АУДИТОРИЕЙ

11 апреля

Преподаватель:
Тимур Фехрайдинов

- Кто такой комьюнити-менеджер, какими качествами он должен обладать, чем он занимается (гораздо БОЛЬШИМ, чем многие представляют).
- Тон общения бренда с аудиторией: разбираем и подбираем форматы для вашего бизнеса.
- Как отслеживать упоминания эффективно, бесплатно, без смс и регистрации. Как использовать эти упоминания.
- Как работать с негативом: бан, конструктивный диалог, вежливые извинения? Реальные кейсы и рекомендации.
- Как бороться с "потребительским терроризмом".
- Бонус: основные инструменты комьюнити-менеджера.

ЛЕКЦИЯ 13: СОЗДАНИЕ МЕДИАПЛАНА, ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ БЮДЖЕТА И СОСТАВЛЕНИЕ СМЕТЫ

16 апреля

Преподаватель:
Анастасия Фомина

- Отличие медиаплана от контент-плана.
- Составляем медиаплан.
- Пилим бюджет, и что входит в смету.

ПО ОКОНЧАНИИ КУРСА ОБУЧЕНИЯ:



Итоговый
тест



Получение
диплома