

Haridusprotsessi kirjeldus, sh koolituse sisu, õppemeetodid ja materjalid.

Koolitus koosneb seitsmest viiest moodulist (viietunnised sessioonid). Koolitus keskendub praktilisusele ja kursusel osalejate seatud eesmärkidele tuginemisele.

Õppeprotsess koosneb lühiloengutest, mis vahelduvad praktiliste tööde, paaris- ja rühmaülesannete, juhtumiuuringute ja iseseisva tööga. Ülesanded ja materjalid on suunatud erinevate õpistiilidega osalejatele. Koolituse kogumaht on 280 akadeemilist tundi.

Programm on koostatud nii, et üliõpilane saaks läbida nii terve kursuse kui ka eraldi mooduli.

Nimetus (modul)	Tund
1. Sihtrühm. Sihtrühma mõistmise määratlus, selle laiendamise meetodid ja vahendid. Võimalus leida oma või kliendi sihtgrupp ja võimalused selle meelitamiseks. Õpitulemused: Ta määratleb ja määrab selgelt oma sihtrühma ning on kindel, et see publik on tema. Suurendab enesekindlust eksperdina. Ta mõistab, milliseid tooteid tema publik praegu vajab. Teemad: Miks määratleda oma sihtrühm ja mis see on? Takistused, mis ei lase teil oma vaatajaskonda määratleda ja mida igaühega ette võtta. Milline taust ei vihja, vaid karjub, millise publikuga peaks koostööd tegema. Kuidas kasutada oma varasemat kogemust uues ettevõttes? Kellele pakutav toode sobib ja kellele - kategooriliselt mitte? sihtrühma segmendid. Mis on sihtrühm, millised on segmendid ja kuidas neid eristada. Sihtrühma määramise meetodid. Kõik selle kohta, kuidas saate oma sihtrühma kohta teadmisi kasutada.	40
2.Sisu kontendid. Looge sisu ise. Sisu kasutamine. Õpitulemused: tunneb sisutüüpe ja analüüsib nende kasutamist; loob loomingulist ja kasulikku sisu.	60 Social Media Marketin

Teemad: Kolm elava teksti reeglit. Copywriting. Blogimine. Tekstide liigid ja žanrid. Tekstid harude kaupa. Teksti teooria ja praktika. Keeleline prügi. Plii ja pealkirjad. Sisu sihipärane kasutamine. Sisu loomine pärast eesmärgi ja eesmärkide määratlemist. Loominguliste ideede arendamine. visuaalne sisu. Sisukokkuvõte. Tehniliste kirjelduste koostamine disainerile ja fotograafidele. Looge pilte ja videoid, kasutades populaarseid teenuseid, mobiilset töötlemist.	g (SMM).
3. Social Media Marketing (SMM). Õpitulemused: Mõistab peamiste sotsiaälvõrgustike mehaanikat; teab, kuidas käivitada suunatud reklaami; töötab välja tõhusad müügiedendusstrateegiad; kaasab publikut ja äratab klientides huvi; analüüsib mõõdikuid. Teemad: SMM-i töö ja põhiülesanded. Sotsiaalmeediaga töötamise põhiprintsiibid ja vahendid. Facebooki vaatajaskonna funktsioonid. VK, Instagram. Konto ettevalmistamine edutamiseks. Esimeste tellijate värbamise meetodid. Sisu töö. Analüütilised näitajad. Müügimeetodid sotsiaälvõrgustikes. Reklaamimeetodid (valge/hall). Isiklik ja ettevõtte bränd. Edendamine läbi lugude. Analüütilised näitajad. Vaatajaskonna omadused sotsiaälvõrgustikes. Turundusstrateegia: strateegia väljatöötamine ja ülesehitamine sotsiaälvõrgustikes. Konkurentide analüüs. Sisuturundus: soojendamine, kaasamine, müük. Rubrikaator on sisuplaani aluseks. Algoritm sisuplaani koostamiseks. Copywriting: hindamiskriteeriumid. Suunatud reklaam, töö reklaamkabinettides, sihtrühma segmentides ja loominguline. Statistika ja analüüs: lugege numbreid ja suurendage tõhusust. Orgaaniline kasv ja reklaami ulatus. Pakkumine. Päästik. Konversioon. Negatiivsega tegelemine.	60
4. Saidi loomine. SEO reklaamimine. Õpitulemused: WordPressi saitide loomine ja kujundamine. Looge Tilda ehitajate abil oma veebisait. Google, WordPress. Redigeerige saidi jaoks erinevaid materjale (video, pildid jne). Töötage välja oma projekti arendusstrateegia. Looge semantiline tuum ja käivitage SEO reklaam. Teemad: Veebilehe arendamise põhitõed. Plokimudel, tekstide kaunistamine. Põhiteadmised, mis on vajalikud oma veebisaitide loomiseks. Töö graafiliste toimetajate alal. Saidi paigutuste loomine - "skeletid". Täiustatud paigutus: tabelid, adaptiivne paigutus, teisendus ja üleminekud. Veebilehtede koostajad.	60

Veebilehtede loomine konstruktorite abil. Võimaluste, eeliste ja puuduste uurimine. Disaini põhitõdede õppimine lehtede loomisel. Animatsiooni pluginad. semantiline tuum. SEO. Täiustatud oskused, mis võimaldavad teil luua "reaalajas" ja interaktiivseid saite.	
5.Reklaam ja brändi edendamine. Reklaami liigid ja praktiline rakendus. Õpitulemused: Koostage projekti ärieesmärkide jaoks PR-strateegia. Töötage arvamusiidritega ja moodustage aktiivne kogukond. Looge köitvat ja müüvat sisu. Tegelege negatiivsusega ja hallake mainet. Hinnake jõudlust ja eelarvet. Teemad: Omareklaam. Podcastid ja videod. Ettevõtte kohaloleku strateegia sotsiaalvõrgustikes ja meedias, sündmuste planeerimine. Projektide edendamise PR-strateegia väljatöötamine. Brändi väärtuspakkumise loomine. Brändi kommunikatsiooni arhitektuuri loomine. Blogipidajatega suhtlemise loomine ja juriidiliste probleemide kontroll. Mõjutaja turundusstrateegia kujundamine. Ülesande vormingu valimine. Lojaalse kogukonna loomine brändi ümber: kommunikatsioonistrateegia loomine, eelarve planeerimine ja osalejate kaasamise platvormi valimine.	60
KOOLITUSE TUNDI KOKKU:	280

Kellele see kursus on mõeldud?

Eksperdid: treenerid, psühholoogid, abistavad praktikud, õpetajad, kes soovivad liikuda ühekordsetelt konsultatsioonidelt stabiilse sissetulekuni, olla kindlad endas ja oma tegevuses oma teenuste edendamisel, kes soovivad kasvatada oma ametitegevusest tulu

Infoärimehed, kes soovivad turule tuua oma tootesarja ja skaala

Igaüks, kes müüb oma teenuseid sotsiaalvõrgustikes, soovib luua tugeva persoonibrändi ja mõistab, et selleks peate oma sihtrühma lõplikult mõistma

Описание учебного процесса, в том числе содержание обучение, методы обучения и материалы.

Обучение состоит из семи пяти модулей (пятичасовые занятия). В обучении основное внимание уделяется практичности и опоре на цели, которые поставлены участниками курсов. Процесс обучения состоит из небольших лекций, которые чередуются с практическими работами, выполнением парных и групповых заданий, решением кейсов и самостоятельной работы. Задания и материалы ориентированы на участников с разными стилями обучения. Общий объем обучения составляет 145 академических часов.

Программа составлена так, что учащийся может пройти как полный курс, так и отдельный модуль.

МОДУЛИ	Объем (часы, академические)
1. Целевая аудитория. Определение понимание ЦА, методы и инструменты ее расширения. Умение найти свою ЦА или ЦА заказчика и варианты ее привлечения. Результаты обучения: Четко определяет и прописывает свою целевую аудиторию и уверен, что эта аудитория — его. Повышает уверенность в себе как в эксперте. Понимает, какие продукты сейчас нужны его аудитории. Темы: Зачем определять свою ЦА и что это такое? Барьеры, которые мешают определить свою аудиторию, и что делать с каждым из них. Какой бэкграунд не подсказывает, а кричит о том, с какой аудиторией следует работать. Как использовать свой прошлый опыт в новом деле? Кому предлагаемый продукт подходит, а кому - категорически нет? Сегменты целевой аудитории. Что	15

такое целевая аудитория, какие бывают сегменты и как их выделить. Способы определения ЦА. Все о том, как можно использовать знания о своей ЦА.	
2. Виды контента. Создание контента самостоятельно. Использование контента. Результаты обучения: знает виды контентов и анализирует их использование; создает креативный и полезный контент. Темы: Три правила живого текста. Копирайтинг. Блоггинг. Виды и жанры текстов. Тексты по отраслям. Теория и практика текста. Лингво-мусор. Лид и заголовки. Целевое использование контента. Создание контента после определения цели и задач. Разработка креативных идей. Визуальный контент. Синописис. Составление ТЗ для дизайнера и фотографа. Создание изображений и видео с помощью популярных сервисов, мобильная обработка.	40
3. Social Media Marketing (SMM). Результаты обучения: Разбирается в механике работы основных социальных сетей; умеет запускать таргетированную рекламу; разрабатывает эффективные стратегии продвижения; вовлекает аудиторию и подогревать интерес клиентов; анализирует метрики. Темы: Работа и основные задачи SMM. Основные принципы и инструменты работы с социальными медиа. Особенности аудитории Facebook. ВК, Instagram. Подготовка аккаунта к продвижению. Методы набора первых подписчиков. Работа с контентом. Аналитика показателей. Методы продажи в соцсетях. Методы продвижения (белые / серые). Личный и бренд компании. Продвижение через сторис. Аналитика показателей. Особенности аудитории соцсетях. Маркетинговая стратегия: разработка и выстраивание стратегии в соцсетях. Анализ конкурентов. Контент-маркетинг: прогревающий, вовлекающий,	50

продающий. Рубрикатор — основа контент-плана. Алгоритм составления контент-плана. Копирайтинг: критерии оценки. Таргетированная реклама, работа в рекламных кабинетах, сегменты ЦА и креатив. Статистика и аналитика: читаем цифры и увеличиваем эффективность. Органический рост и рекламные охваты. Оффер. Триггер. Конверсия. Работа с негативом.	
4. Создание сайта. SEO-продвижение. Результаты обучения: Создавать и оформлять сайты WordPress. Создавать свои сайты, используя конструкторы Tilda. Google, WordPress. Редактировать различные материалы для сайта (видео, изображения и т.п.). Вырабатывать стратегию развития своего проекта. Создавать семантическое ядро и запускать SEO-продвижение. Темы: Основы создания сайтов. Блочная модель, оформление текста. Основы знаний, необходимые для создания собственных сайтов. Работа в графических редакторах. Создание макетов сайтов - “скелеты”. Продвинутая верстка: таблицы, адаптивная верстка, трансформация и переходы. Конструкторы сайтов. Создание сайтов с использованием конструкторов. Изучение возможностей, достоинств и недостатков. Изучение основ дизайна при создании страниц. Анимация, плагины. Семантическое ядро. SEO. Продвинутые навыки, позволяющие создавать “живые” и интерактивные сайты.	40
5. Реклама и продвижение бренда. Виды рекламы и практическое применение. Результаты обучения: Составлять PR-стратегию под бизнес-задачи проекта. Работать с лидерами мнений и формировать активное комьюнити. Создавать вовлекающий и продающий контент. Работать с негативом и управлять репутацией. Оценивать эффективность работы и бюджет. Темы: Нативная реклама. Подкасты и видео. Стратегия присутствия компании в соцсетях и СМИ, планирование ивентов.	40

Разработка PR-стратегии продвижения проекта. Составление ценностного предложения бренда. Создание коммуникационной архитектуры бренда. Выстраивание взаимодействия с блогерами и контроль правовых моментов. Формирование стратегии influencer-маркетинга. Выбор формата под задачу. Построение лояльного сообщества вокруг бренда: создания коммуникационной стратегии, планирование бюджета и подбор площадки для вовлечения участников.	
ОБЩИЙ ОБЪЕМ ОБУЧЕНИЯ:	185 ак.ч.

Кому подойдет этот курс?

Экспертам: коучам, психологам, помогающим практикам, преподавателям, которые хотят перейти от разовых консультаций к стабильному доходу, быть уверенными в себе и своих действиях по продвижению своих услуг, которые хотят расти в доходе от своей профессиональной деятельности

Инфобизнесменам, которые хотят запустить собственную линейку продуктов и масштабироваться

Всем, кто, продает свои услуги в социальных сетях, хочет выстроить сильный личный бренд и понимает, что для этого нужно раз и навсегда разобраться в своей целевой аудитории