

КУРСОВ ПРОЕКТ

Instagram Marketing

Име на проекта: _____

Бранд / ниша: _____

Три имена: _____

Потребителско име в SoftUni: _____

Инструкции и правила

Проектът обхваща всички основни теми от курса. Избери реален или измислен бранд в началото и го използвай последователно през всички задачи.

Правила

Важно е да попълвате отговорите си само в шаблона! Отговори с линкове, водещи към документи няма да бъдат приемани за оценка! Не променяйте съдържанието и структурата на шаблона! Попълнете отговора си само в съответното поле, без да променяте последователността на задачите и техните условия. Прикачвайте скрийншоти и дизайни директно в документа.

Попълненият курсов проект се качва за проверка само в Google Drive пространство като Word документ (.docx) или PDF файл! Задължително споделете връзка до курсовия проект с опцията „Само преглед“ (View only). Файлове, качени в други облачни пространства, няма да бъдат преглеждани!

Всички отговори трябва да са лично Ваши – плагиатството е недопустимо!

Задачи

Задача 1: Setting up an Instagram Account

Цел: Създаване на стратегическа основа за професионален Instagram акаунт, прилагайки правилата за настройка и оптимизация.

1.1 Бранд и тип акаунт

- Определете вашия бранд: Изберете ниша или марка.
- Изберете тип акаунт: Личен, Автор (Creator) или Бизнес — обосновайте избора си спрямо нуждата от аналитики, реклами или монетизация.

1.1 Отговор:

- Вашия бранд:
- Тип акаунт:
- Аргументация за избора на вид акаунт:

1.2 Идентичност

- Потребителско име (Username): Кратко, просто, лесно за търсене (макс. 15 знака). Избягвайте прекомерни долни черти или точки.
- Профилна снимка: Лого (за бизнеси/екипи) или лична снимка (за автори/инфлуенсъри)? Снимката трябва да е с висока резолюция; ако е лице — да заема 80% от кадъра с директен поглед.

1.2 Отговор:

- Потребителско име:
- Описание на профилната снимка:
- Screenshot на профилната снимка:

1.3 Оптимизация на Bio

Напишете Bio, включващо трите задължителни елемента:

- Секция за Име: Вашето бранд/лично име + 1-2 ключови думи за нишата.
- Описание: Макс. 150 знака — кои сте и как помагате на аудиторията.
- СТА (Призив за действие).

1.3 Отговор:

- Секция за име:
- Описание:
- СТА:

Начин на предаване: Текстов документ, отговарящ на трите точки по-горе.

Задача 2: Instagram Algorithm & Brand Identity

Цел: Да приложите знанията за алгоритмите на Instagram и да дефинирате идентичността на вашия бранд.

2.1 Целева аудитория и USP

- Определете аудиторията си: Опишете накратко демографските данни и основните "болки" (проблеми), които брандът решава.
- USP (Unique Selling Proposition): С едно изречение — какво отличава вашия профил от конкурентите на пазара?

2.1 Отговор:

- Описание на аудиторията:
- USP:

2.2 Работа с алгоритъма

- Стратегия за ангажираност: Изберете две тактики за стимулиране на взаимодействието, които алгоритъмът цени най-високо.
- Честота и оригиналност: Поемете ангажимент за график на публикуване и обяснете как ще гарантирате оригиналност.

2.2 Отговор:

- Стратегия за ангажираност – тактика 1:
- Стратегия за ангажираност – тактика 2:
- Описание на график за публикуване и гарантиране на оригиналност:

2.3 Избор на формати

- Reels: Каква тема бихте избрали за кратко видео (под 30 сек.), за да достигнете до нови хора?
- Stories: Какъв интерактивен стикер (напр. анкета, въпрос или тест) ще използвате, за да се свържете лично с настоящите си последователи?

2.3 Отговор:

- Описание на тема за Reels:
- Описание на Story и избор за интерактивен стикер:

Начин на предаване: Кратък план до една страница, покриващ трите точки. Фокусирайте се върху конкретни идеи, помагачи съдържанието ви да бъде "забелязано" от алгоритъма.

Задача 3: Visual Branding, Content Strategy & Creation

Цел: Създайте цялостна визуална концепция и стратегическа рамка за съдържанието на вашия бранд.

3.1 Moodboard

Създайте визуално табло (минимум 5 изображения) в Pinterest или Canva. Прикачете скрийншот към него. Определете:

- Основния фокус: напр. хора, продукти или среда.
- Стила на обработка: напр. минималистичен, висок контраст, топли тонове и т.н.

3.1 Отговор:

- Кратко описание на вида и концепцията на Moodboard-a:
- Основен фокус на Moodboard-a:
- Стил на обработка на Moodboard-a:
- Screenshot:

3.2 Mind Map

Изберете централна тема за профила и разработете поне 3 подтеми (конкретни рубрики), по които ще публикувате редовно.

3.2 Отговор:

- Централна тема на профила:
- Подтема 1:
- Подтема 2:
- Подтема 3:

3.3 Content Planning

Изгответе план с 2 публикации на седмица. Разпределете съдържанието в четирите ключови категории:

- Образователно (Educate): напр. съвети, инфографики, "How-to" формати.
- Забавно (Entertain): напр. мемета, зад кулисите, хумор.
- Вдъхновяващо (Inspire): напр. истории, цитати, трансформации.
- Убеждаващо (Convince): напр. отзиви, промоции, демонстрации на продукт.

Седмица	Тема и кратко описание	Категория	Формат
Седмица 1			
Седмица 1			
Седмица 2			

Седмица 2			
Седмица 3			
Седмица 3			
Седмица 4			
Седмица 4			

Не забравяйте: целта не е просто да бъдете видени, а да бъдете запомнени!

Задача 4: Customer Hook Matrix & Hashtags

Цел: Да приложите психологическия модел на "кукичките" за ангажиране на потребителите и да оптимизирате съдържанието за по-добра откриваемост.

4.1 Профил на потребителя (Customer Matrix)

- Дефинирайте една целева група и опишете нейните страхове и желания.
- Логика и доказателство: Посочете как брандът Ви помага и "социално доказателство", което ще убеди потребителя да ви се довери.

Елемент	Вашият отговор
Целева група (демография)	
Страхове (какво ги притеснява)	
Желания (какво искат)	
Как брандът помага?	
Социално доказателство	

4.2 Hook Model - Психология на навика

- Вътрешен стимул: Каква емоция или нужда кара потребителя да потърси вашето решение?
- Действие: Най-простото действие, което искате потребителят да направи.
- Награда: Каква стойност (напр. информация или забавление) получава в замяна?

4.2 Отговор:

- Описание на вътрешния стимул на потребителя:
- Описание на желаното потребителско действие:
- Описание на наградата:

4.3 Заглавия с "кукичка" (Hook + Insight + CTA)

Напишете две конкретни заглавия за ваши постове по формулата Hook + Insight + CTA. Използвайте числа, въпроси или споделяне на тайна.

Пример: "Какво научих след 2 месеца редовно публикуване в Instagram (Hook). Постоянството се отплаща — само вярвай на процеса (Insight). Следвай и ти! (CTA)"

4.3 Отговор:

- Заглавие 1:
- Заглавие 2:

4.4 SEO и хаштагове

- Определете 5 важни ключови думи за Instagram SEO (за по-добра откриваемост при търсене).
- Напишете кратък caption, в който използвате всичките 5 ключови думи естествено.

4.4 Отговор:

- Ключова дума 1:
- Ключова дума 2:
- Ключова дума 3:
- Ключова дума 4:
- Ключова дума 5:
- Caption:

Не забравяйте: Целта на добрата "кукичка" е да накара потребителя да спре да скролва. Давайте стойност и избягвайте clickbait!

Задача 5: Stories & Reels Strategy

Цел: Създаване на ангажиращо кратко съдържание, което хуманизира вашия бранд и използва пълния потенциал на Instagram Stories и Reels.

5.1 Концепция за 2 Instagram Stories

Създайте два дигитални дизайна на сторита, включващи:

- Интерактивни елементи за ангажиране на последователите.
- Ясен призив към действие (Call-to-Action).

5.1 Отговор: **STORY #1**

- Описание на дизайн 1:
- Интерактивен елемент за ангажиране:
- СТА:
- Screenshot на дизайн 1:

5.1 Отговор: **STORY #2**

- Описание на дизайн 2:
- Интерактивен елемент за ангажиране:
- СТА:
- Screenshot на дизайн 2:

5.2 План за Instagram Reel (15 сек.)

- Концепция: Образователен или забавен? Опишете идеята накратко.
- Заглавие (Hook): Напишете заглавието, използвайки въпрос, споделяне на тайна или изненадващ факт.
- Войсоувър: Напишете текста, който ще кажете в самото видео.

5.2 Отговор:

- Описание на концепцията за Reel:
- Заглавие (Hook):
- Текст на войсоувър:

Начин на предаване: Кратък текст + скрийншоти или дигитални мокъпи (mockups) от Canva.

Задача 6: Engagement Strategies

Цел: Да разработите кампания за активно взаимодействие, която превръща последователите от пасивна аудитория в лоялна общност, споделяща вашата мисия и ценности.

6.1 План за действие

Изберете и опишете 3 конкретни действия за стимулиране на ангажираността.

#	Действие	Описание	Очакван ефект
1			
2			
3			

6.2 Изкуството на поканата (The Art of Invitation)

Вместо стандартното "Купете сега", напишете текст, който кани потребителите да споделят мнение, спомен или мечта:

6.2 Отговор:

- Текст:

6.3 Метрики за успех

Посочете 3 метрики, които ще проследите, за да оцените успеха на кампанията и обяснете защо те са важни за Вас?

6.3 Отговор:

- Метрика 1 + аргументация:
- Метрика 2 + аргументация:
- Метрика 3 + аргументация:

Начин на предаване: Текстови план до една страница — трите действия и начинът за измерване на ефекта.

Задача 7: Instagram Ads

Цел: Да приложите знанията за платена реклама, като създадете цялостна стратегия за рекламна кампания, включваща цели, таргетиране и криейтив.

7.1 Рекламна цел и бюджет

- Цел (Objective)?
- Определете бюджет: Хипотетично между \$50 и \$500. Дневен (daily) или за целия период (lifetime)?

7.1 Отговор:

- Цел (Objective):
- Бюджет:

7.2 Таргетиране на аудиторията

- Локация, възраст (минимум 18 г.) и пол.
- Специфични интереси или поведения, по които Meta да открие аудиторията.

7.2 Отговор:

- Локация, възраст и пол:
- Специфични интереси или поведения:

7.3 Формат, криейтив и Ad Copy

- Формат
- Визуална концепция: Кратко описание на рекламния криейтив.
- Ad Copy: Напишете рекламно послание от около 50 думи.
- СТА бутон

7.3 Отговор:

- Формат:
- Кратко описание на визуалната концепция:
- Текст на Ad Copy:
- СТА бутон:

Задача 8: Influencer Marketing

Цел: Да разработите план за партньорство с инфлуенсъри, разширяващо обхвата на бранда чрез автентично съдържание и доверие.

8.1 Избор на инфлуенсъри

Идентифицирайте 2 потенциални инфлуенсъра, съответстващи на вашата ниша:

Характеристика	Инфлуенсър 1	Инфлуенсър 2
Тип (Nano <10k / Micro 10k-100k / По-голям)		
Брой последователи		
Ниша		
Защо е подходящ? (ER, експертиза, ценности)		

8.2 Brief за инфлуенсъра

Напишете Brief за единия инфлуенсър, включващ:

- Цел на кампанията: напр. Awareness, трафик, продажби или промотиране на нов продукт.
- Тип съдържание: напр. Reels, Stories, Carousels или комбинация.
- Ключово послание и СТА към аудиторията на инфлуенсъра.

8.2 Отговор:

- Цел на кампанията:
- Тип съдържание:
- Ключово послание:
- СТА:

8.3 Pitch Email

Напишете кратко предложение за партньорство, насочено към един от инфлуенсърите. Включете: персонализация (защо точно него), вид на споразумението (платено или бартер) и очаквани срокове.

8.3 Отговор:

- **Текст на краткото предложение за партньорство:**

8.4 Очаквани резултати и метрики

- Как ще измерите ефекта?
- Какво очаквате от кампанията реалистично?

8.4 Отговор:

- **Как ще измерите ефекта:**
- **Какво очаквате от кампанията реалистично:**

Бъдете реалисти! Инфлуенсър маркетингът е Awareness, не директни продажби. Избирайте по Engagement Rate, не само по брой последователи. Начин на предаване: 1-2 страници с профили, Pitch и цели.