# SMM-менеджер

## Сфера деятельности

Маркетинг и реклама, PR, информационные технологии, масс-медиа

## Вид деятельности

Творить, общаться с людьми, анализировать и оценивать результаты

## Краткое описание

**Специалист по social media marketing,** или SMM-менеджер, или просто SMM-щик, ведет группы в социальных сетях ("паблики") для одной или нескольких организаций. Его основная задача - увеличить количество активных подписчиков паблика, которые будут читать сообщения, смотреть фото и видео, оставлять свои лайки, делиться постами группы с друзьями. Работа SMM-специалиста может не влиять напрямую на количество клиентов, но она создает образ бренда в глобальном информационном пространстве.

**Что должен уметь SMM-специалист:**

- писать грамотные и интересные тексты
- искать, создавать и обрабатывать фото и видео
- создавать акции, рекламные компании, конкурсы, задания, интересные для аудитории группы
- работать с негативной информацией
- планировать содержание группы на несколько дней, недель, месяцев вперед
- иметь познания в маркетинге
- знать инструменты для автоматизации SMM и для анализа информационного поля
- вести статистику и анализировать эффективность выбранной стратегии: количество подписчиков, прирост, вовлеченность аудитории

**Специалист по SMM** - новая профессия, этой специальности не учат ни в одном вузе. Но такие специалисты, как маркетологи, рекламные и PR-менеджеры, журналисты, могут легко овладеть ею самостоятельно или на курсах и тренингах.

## Где учиться

**Направления образования:**

Экономика и управление (38.00.00)

Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело (42.00.00)

**Вузы:**

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

- Академия гражданской защиты МЧС России (АГЗ) Гуманитарный факультет
- Государственный университет управления (ГУУ)
- Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК) Гуманитарный институт