

Автономная некоммерческая организация
«Центр опережающей профессиональной подготовки»

Утверждено
Директор АНО «Центр опережающей
профессиональной подготовки»
А.В. Бессонова
приказ № 1/2022 от 22.09 2022 года



**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации**

«Социальные медиа в образовательных организациях»

Объем программы: 36 часов

Белгород, 2022

Составители (разработчики) программы:

Рязанцева Екатерина Алексеевна, специалист по связям с общественностью АНО «Центр опережающей профессиональной подготовки»

Талалаев Андрей Витальевич, специалист по работе с большими данными информационно-аналитического отдела АНО «Центр опережающей профессиональной подготовки»

ОГЛАВЛЕНИЕ

| № п/п | Наименование документа | стр. |
|----------|---|------|
| 1. | Пояснительная записка | 4 |
| 2. | Содержание программы | 7 |
| 2.1. | Учебный план программы | 7 |
| 2.2. | Учебно-тематический план программы | 8 |
| 2.3. | Календарный учебный график | 9 |
| 2.4. | Рабочая программа | 10 |
| 3. | Формы аттестации | 13 |
| 3.1 | Оценочные материалы | 13 |
| 4. | Организационно-педагогические условия | 14 |
| 4.1. | Материально-техническое обеспечение программы | 14 |
| 4.2. | Учебно-информационное обеспечение программы | 14 |
| 4.3. | Кадровое обеспечение программы | 14 |
| | Приложение 1. Материалы для итоговой аттестации | 15 |

1. Пояснительная записка

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Социальные медиа в образовательных организациях» (24 часа) разработана с учётом требований и положений:

– Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. № 499);

– Порядка разработки дополнительных профессиональных программ, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, и дополнительных профессиональных программ в области информационной безопасности (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 05 декабря 2013 г. № 1310);

– Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 18 апреля 2013 года № 292.

Реализация Программы предусмотрена на базе АНО «Центр опережающей профессиональной подготовки» Белгородской области на основе Устава.

Организация-разработчик: АНО «Центр опережающей профессиональной подготовки» Белгородской области.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Цели программы:

– повышения профессионального уровня педагогических работников в области социальных медиа в образовательных организациях и создании видео/фото контента.

Задачи программы:

формирование знаний, навыков, профессиональных компетенций, необходимых для:

– работа с социальными сетями в образовательных организациях в соответствии с рекомендациями;

– подготовки отчета за месяц об активности пользователей в социальных сетях на официальных страницах ПОО;

– создания и оформления официальных аккаунтов в «Телеграмм» и «Rutube»;

– работа с инфоповодами;

– подготовка шаблонов публикаций и написания текстов;

– использование отложенного постинга;

– создание и оформление группы в ВКонтакте и канала в Телеграм и Rutube

– создание визуального контента и его размещение в социальных сетях.

Категория слушателей, на обучение которых рассчитана программа дополнительного профессионального образования (далее – программа): преподаватели (мастера производственного обучения) профессиональных образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования.

Полученные в ходе повышения квалификации профессиональные компетенции, умения и знания предназначены для применения при планировании реализации основных образовательных программ, программ профессионального обучения и дополнительного профессионального образования, решающих задачи подготовки специалистов среднего звена.

Слушатель, приступающий к освоению программы, должен владеть основами работы на персональном компьютере, уметь работать с программным обеспечением Microsoft Office или его аналогами.

Обучение по программе ведется на русском языке.

Трудоемкость обучения: нормативная трудоемкость обучения по данной программе составляет 36 академических часов.

Форма обучения: очно-заочная.

1.1. Планируемые результаты освоения программы:

знать:

- сущность, цели и принципы использования социальных сетей в работе профессиональных образовательных организаций;
- концепцию средств массовой информации в образовательной организации, конституционные и законодательные основы ее реализации;
- информационно-правовые аспекты работы с информационными ресурсами, основные проблемы информационного права, информационно-правовых отношений, принципы и способы охраны интеллектуальной собственности;
- задачи преподавателей профессиональных образовательных организаций в работе в социальных сетях;
- направления и методы ведения статистики целевой аудитории;
- функциональные возможности социальных сетей;
- методы создания визуализированного контента и его размещение в социальных сетях;
- стили написания текстов для публикаций в социальных сетях.

уметь:

- применять в работе средства массовой информации;
- размещать информацию о деятельности организации в соответствии с рекомендациями.

владеть:

- информацией о правильном ведении официальных страниц профессиональных образовательных организаций в социальных сетях;

- методами создания, написания и размещения информации в социальных сетях;

- педагогической компетентностью в сфере социальных медиа.

обладать:

профессиональными компетенциями, включающими в себя способность:

- работы с инфоповодами;
- составления плана мероприятий и контент-плана
- подготовки текстового, графического и визуального контента;
- формирования целевой аудитории
- формирования навыков работы со статистикой;
- создания и оформления официальных страниц профессиональных образовательных организаций в социальных сетях;
- создавать видео/фото контент для размещения на официальных страницах.

2. Содержание программы

2.1. Учебный план дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Социальные медиа в образовательных организациях. Создание видеоконтента и графических изображений»

Категория слушателей – административные и педагогические работники профессиональных образовательных организаций.

(область профессиональной деятельности)

Срок обучения – 36 часа.

Форма обучения – очно-заочная.

| № п/п | Наименование дисциплин, модулей | Всего, ак. час. | В том числе: | | | |
|---------------------|--|-----------------|--------------|----------------------|------------------------|------------------------------|
| | | | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Форма контроля |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Модуль 1. Теоретические основы применения социальных медиа в ПОО. | 4 | 3 | 1 | | Собеседование |
| 2. | Модуль 2. Создание и оформление аккаунта в социальных сетях. | 10 | 6 | 4 | | Практическое задание |
| 3. | Модуль 3. Работа в графических и видеоредакторах | 12 | 8 | 4 | | Практическое задание |
| 4. | Модуль 4. Разработка контента для социальных сетей. | 4 | 2 | 2 | | Практическое задание |
| Итоговая аттестация | | 4 | | | | Итоговое тестирование |
| Итого | | 36 | 19 | 11 | | |

2.2. Учебно-тематический план дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Социальные медиа в образовательных организациях. Создание видеоконтента и графических изображений»

Категория слушателей – административные и педагогические работники профессиональных образовательных организаций.

Срок обучения – 36 часов.

Форма обучения – очно-заочная.

| № п/п | Наименование дисциплин, модулей | Всего ак.час. | В том числе: | | | Форма контроля |
|-------|--|---------------|--------------|----------------------|------------------------|----------------------|
| | | | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Модуль 1. Теоретические основы применения социальных медиа в ПОО. | 4 | 3 | 1 | | Собеседование |
| 1.1 | Тема 1. Цель использования социальных сетей | 2 | 2 | 0 | | |
| 1.2 | Тема 1. Статистика в социальных сетях. | 2 | 1 | 1 | | |
| 2. | Модуль 2. Создание и оформление аккаунта в социальных сетях. | 10 | 6 | 4 | | Практическое задание |
| 2.1 | Тема 1. Создание и оформление аккаунта | 5 | 3 | 2 | | |
| 2.2 | Тема 2. Создание постов для социальных сетей | 5 | 3 | 2 | | |
| 3 | Модуль 3. Работа в графических и видеоредакторах | 12 | 8 | 4 | | Практическое задание |
| 3.1 | Тема 1. Работа в графическом редакторе | 6 | 4 | 2 | | |
| 3.2 | Тема 2. Работа в видео редакторе | 6 | 4 | 2 | | |
| 4. | Модуль 4. Разработка контента для социальных сетей. | 8 | 5 | 3 | | Практическое задание |
| 4.1 | Тема 1. Контент-план, отложенный постинг | 5 | 3 | 2 | | |

| | | | | | | |
|----------------------------|----------------------------|-----------|-----------|-----------|--|------------------------------|
| 4.2 | Тема 2. Визуальный контент | 5 | 3 | 2 | | |
| Итоговая аттестация | | 2 | 0 | 2 | | Итоговое тестирование |
| Итого | | 24 | 14 | 10 | | |

2.3. Календарный учебный график

| График обучения Форма обучения | Ауд. часов в день | Дней в неделю | Общая продолжительность программы, месяцев (дней, недель) |
|---|--------------------------|----------------------|--|
| очно-заочная | 7 | 5 | 36 часа, 5 дней, 1 неделя |

2.4. Рабочая программа дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Информационная безопасность обучающихся»

| № п/п | Наименование темы | Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы |
|---|---|--|
| 1. | 2. | 3. |
| Модуль 1. Теоретические основы применения социальных медиа в ПОО | | |
| 1. | Тема 1. Цель использования социальных сетей | <p>Лекция.</p> <p>Медиатизация - двухсторонний процесс, в рамках которого медиа и различные сферы общественной и культурной жизни оказывают определяющее и формирующее влияние друг на друга</p> <p>Бренд ПОО – выражение характеристик образовательной организации, которые отличают ее от других учебных организаций данного сегмента отражают способность удовлетворения запросов студентов, создает доверие в ее способности обеспечить определенный вид и уровень образования.</p> <p>В ходе исследования интернет-активности россиян были выявлены особенности поведения наших соотечественников в социальных сетях. 54% использующих социальные сети делают это для поддержания контакта со своими друзьями и знакомыми. Поиском старых знакомых такими методами занимаются 13% респондентов. 8% опрошенных рассматривают социальные сети как способ времяпрепровождения — игру или развлечение. По 7% респондентов ищут там новых знакомств, собирают информацию об интересующих людях и общаются с единомышленниками. 4% — мониторят круг знакомств и поведение своих близких. Иными словами, порядка 11% пользователей социальных сетей используют их именно как элемент слежки, получения информации о третьих лицах.</p> <p>(2 часа)</p> |
| 2. | Тема 1. Статистика в социальных сетях. | <p>Лекция.</p> <p>Без грамотной аналитики все усилия в SMM могут быть тщетны. Вы тратите силы, время и деньги на контент и таргетированную рекламу, но не знаете, что приносит результат, а что – нет. Вдруг только 30 % усилий расходуются эффективно? Чтобы знать наверняка, нужно уметь смотреть статистику, анализировать цифры и делать выводы. Сегодня разбираемся, как все это делать в ВК.</p> <p>Разбор алгоритма статистики</p> <p>(1 часа)</p> <p>Практическое занятие.</p> <p>Составление и анализ статистики (1 час)</p> |

Модуль 2. Создание и оформление аккаунта в социальных сетях.

| | | |
|----------------------------|--|---|
| 1. | Тема 1. Создание и оформление аккаунта | <p>Лекция.</p> <p>Стильное оформление группы ВК привлекает целевую аудиторию и повышает доверие потенциальных подписчиков. Каждый день во «ВКонтакте» заходит в среднем 23 миллиона пользователей. Vk.com — это самый популярный адрес у российских пользователей после поисковика «Яндекс». За пользователями туда приходит и бизнес. Поэтому за последние пару лет администрация сети добавила с десяток крутых функций для развития бренда в ВК: виджеты, статьи, сторис, меню сообщества.</p> <p>Rutube — российский видеосервис, запущенный в 2006 году как аналог YouTube. По своим функциям сервис похож на YouTube — в нём можно смотреть ролики, публиковать видеоконтент, монетизировать канал за счёт размещения рекламы. В 2021 году Rutube сделал редизайн интерфейса сервиса и обновил платформу. Раньше его рассматривали как видеохостинг, куда перезаливают видео с других сервисов, например, с YouTube. После обновления Rutube начал развивать оригинальный контент — приглашать блогеров, запускать собственные шоу и видеоформаты.</p> <p>(3 часа)</p> <p>Практическое занятие.</p> <p>Разбор соответствия требованиям официальных страниц ПОО (2 часа)</p> |
| 2. | Тема 2. Создание постов для социальных сетей | <p>Лекция.</p> <p>Важно уметь видеть контент со стороны читателя, проникнуться этим пониманием. Давайте разбираться, что нужно пользователям. Вы должны определить целевую аудиторию, научиться с ней работать. ЦА важна для любого учреждения, и чтобы двигаться вперед, видеть комментарии пользователей, их лайки, надо стараться попадать постами в нужные места. Пробовать такие форматы, которые оценят со стороны как уникальные, впечатляющие и отвечающие запросам. Выражайте больше эмоций, все истории с болями и радостями, счастьем и успехом работают прекрасно на привлечение неравнодушных людей.</p> <p>Практическое занятие.</p> <p>Создание публикаций, соответствующих рекомендациям (2 часа)</p> |
| Раздел 3. Модуль 3. | | |
| 1. | Тема 1. Работа в графическом редакторе | <p>Лекция.</p> <p>Основы использования графического редактора для обработки графических изображений.</p> <p>Мовави - растровый графический редактор, созданный российской компанией Movavi в октябре 2020 года. Данный фоторедактор является полностью переработанным, начиная от его рабочего стола и заканчивая его функциональностью. Это новый фоторедактор, который превосходит упрямое ПО – Movavi Photo Editor по всем параметрам. Официально является вторым</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | | <p>фоторедактором за всю историю компании. Предназначен как для начинающих, так и для опытных фотографов или дизайнеров. Обладает такими функциями как ретушь, быстрым удалением фона, настройками чёткостью и резкостью, более 100 эффектов и фильтров, ИИ по быстрому восстановлению старых фото, а также возможностью восстановления вручную, удалять шумы и др. (4 часа)</p> <p>Практическое занятия.</p> <p>Создание графического изображения в редакторе (2 часа)</p> |
| 2. | Тема 2. Работа в видео редакторе | <p>Лекция.</p> <p>Основы использования видеоредактора для создания видеороликов.</p> <p>Movavi Video Editor – универсальный инструмент для работы с видео. Этот простой и функциональный видеоредактор позволяет монтировать, улучшать качество видео, применять спецэффекты, добавлять титры и музыку, настраивать переходы между видеофрагментами, создавать слайд-шоу, разрезать и объединять файлы, озвучивать проекты в режиме реального времени, сохранять ролики в популярные форматы, делиться ими онлайн и многое другое. Все инструменты редактирования доступны как для обычного, так и для 3D-видео. (3 часа)</p> <p>Практическое занятия.</p> <p>Создание видеоматериала в видеоредакторе (3 часа)</p> |
| <p>Раздел 4. Модуль 4. Разработка контента для социальных сетей.</p> | | |
| 1. | Тема 1. Контент-план, отложенный постинг | <p>Лекция.</p> <p>Точный план размещения тематических материалов помогает следовать маркетинговой стратегии, что повышает ее эффективность. Ориентируясь на конкретные сроки, можно заранее подбирать авторов и готовить хороший контент. Если рекламная кампания охватывает сайт и несколько социальных сетей, контент план поможет не забыть ни об одной площадке. Также появляется возможность заблаговременно оповещать пользователей о праздниках и мероприятиях в компании.</p> <p>Контент-план — это список конкретных тем для сайта, блога, группы в социальных сетях с указанием даты их публикаций. Он включает информационные, развлекательные и рекламные посты. В рамках рекламной кампании в контент-план могут также входить тексты для email-рассылок. При этом под контентом понимаются не только текстовые статьи, но также картинки и видеоролики. (3 часа)</p> <p>Практическое занятие.</p> <p>Создание контент-плана (2 часа)</p> |

| | | |
|----|----------------------------|--|
| 2. | Тема 2. Визуальный контент | <p>Лекция.</p> <p>Самая распространенная ошибка менеджеров социальных сетей, помимо размещения контента, который продвигает бизнес, но не представляет ценности для читателя, заключается в том, что они не публикуют стратегические сообщения с помощью дизайна. Размещение логотипа компании в вашем сообщении в социальных сетях — это нормально, но есть еще много всего, что нужно для дизайна, и изучение его приемов приведет вас к поистине притягательному контенту. Наконец, наличие четкой стратегии раскрывает уникальность вашего бренда. Любой, кто использует социальные сети для бизнеса, должен иметь четкую стратегию дизайна для каждого канала</p> <p>Хотя большинство брендов в социальных сетях признают преимущества визуальных публикаций, вероятно, лишь некоторые из них действительно используют надежную стратегию дизайна! Поэтому первый шаг на пути к тому, чтобы стать запоминающейся фигурой в социальных сетях, — это прежде всего стратегическое мышление. С четким планом того, как вы хотите представить свой бренд, становится легче добавить индивидуальности, уникальных черт и креативности, которые выделяют вас из толпы (2 часа)</p> <p>Практическое занятие.</p> <p>Создание и редактирование визуального контента с помощью прикладных программ (2 часа)</p> |
|----|----------------------------|--|

3. Формы итоговой аттестации

По дополнительной профессиональной программе повышения квалификации «Социальные медиа в образовательных организациях» проводится контроль знаний слушателей: входной, текущей, итоговый контроль.

Текущий контроль проводится по каждой теме в виде теста и/или практического занятия с целью определения уровня самостоятельной работы слушателей по учебным материалам. Контроль текущих знаний проводится на занятиях в форме устного или письменного опроса, теста. Объектами текущего контроля при изучении дисциплин являются: посещение лекций; подготовка и качество выполнения практических работ.

Промежуточная аттестация слушателей данного курса повышения квалификации осуществляется в форме создания контент-плана.

Промежуточная аттестация оценивается положительно оценками: «зачтено», либо отрицательно – «не зачтено».

Итоговая аттестация проводится в форме теста и практической работы. Оценивается положительно оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», либо отрицательно – «неудовлетворительно». Передача неудовлетворительной оценки допускается не более двух раз. Требования к уровню освоения программы владение знаниями учебных дисциплин в объеме не менее 75%.

3.1. Оценочные материалы (Приложение 1).

Итоговая аттестация слушателей

Для итоговой аттестации используется форма контент-плана. По результатам освоения программы дополнительного профессионального обучения выдается удостоверение о повышении квалификации.

4. Организационно-педагогические условия

4.1. Материально-техническое обеспечение программы

Реализация программы предполагает наличие материально-технической базы, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам и обеспечивающим проведение всех видов подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом. Материально-техническое обеспечение учебного процесса соответствует требованиям к современной организации образовательного процесса, включает наличие учебных аудиторий, мультимедийных проекторов, компьютеров.

Оборудование учебного кабинета:

1. Компьютерный класс и мультимедиа;
2. Доступ к информационно-коммуникационной сети интернет.

Программное обеспечение:

- операционная система Windows (версия 2010 и выше);
- интернет-браузеры MS Internet Explorer, Opera и др.

4.2. Учебно-информационное обеспечение программы

Основная литература:

1. Кеннеди Дэн С., Уэлш-Филлипс Ким. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. Альпина Паблишер / Кеннеди Дэн С., Уэлш-Филлипс Ким, 2018. - 344с.
2. Сенаторов Артем Алексеевич, Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. Альпина Паблишер / 2020 – 160 с.
3. Игорь Манн., Маркетинг без бюджета // 2020. Вып. 3. С. 25-79.
4. Майкл Стелзнер. Контент-маркетинг., 2021. - 195 с.
5. Диков Андрей Валентинович, Социальные медиасервисы в образовании. Монография // Лань, 2020. – 204 с.

Дополнительная литература:

1. Обучение с использованием социальных сетей. - Москва: Мир, 2018. - 251 с.

4.3. Кадровое обеспечение программы

Реализация программы должна обеспечиваться высококвалифицированными преподавателями, привлеченными специалистами, экспертами WS ведущих образовательных организаций и учреждений дополнительного профессионального образования, профессиональных образовательных организаций и иных организаций.

Приложение 1. Материалы для итоговой аттестации

| Дата | Тип контента | Идея или тема | Заголовок | Цель, целевое действие | Ключевые слова | Учет | | |
|------|--------------|---------------|-----------|------------------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------|
| | | | | | | Кол-во комментариев | Кол-во поделившихся | Кол-во лайков |
| 19 | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | |
| 21 | | | | | | | | |
| 22 | | | | | | | | |
| 23 | | | | | | | | |
| 24 | | | | | | | | |
| 25 | | | | | | | | |