

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ИРКУТСКИЙ ОБЛАСТНОЙ КОЛЛЕДЖ КУЛЬТУРЫ

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ**

Наименование программы:

«Продвижение учреждений культуры в социальных сетях»

Категория слушателей: педагоги дополнительного образования, сотрудники библиотек, руководители любительских творческих коллективов

Объем: 24 часа

Форма обучения: заочная с применением дистанционных образовательных технологий

Сроки обучения: 16-18 июня 2020 года

Иркутск, 2020 г.

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Иркутский областной колледж культуры

Разработчик:

Вахрина Наталья Андреевна – преподаватель ГБПОУ ИОКК, специалист по связям с общественностью

Рассмотрена и утверждена
на заседании Научно-методического
совета ГБПОУ ИОКК
Протокол № 3 13.01.2020

Заместитель директора по
организационно-методической
работе:

Коршунова О.В.



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

приказ Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. № 816 "Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ”

письмо Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. N АК-821/06 «О направлении методических рекомендаций по итоговой аттестации слушателей»;

письмо Минобрнауки России от 21 апреля 2015 г. N ВК-1013/06 «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме.

Программа разработана на основе профессионального стандарта (квалификационных требований):

установленных квалификационных требований Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования», утвержденных приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 августа 2010 г. № 761н г. Москва; Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, по специальности 53.02.02 Музыкальное искусство эстрады (по видам): Эстрадное пение

1.2. Область применения программы

Настоящая программа предназначена для повышения квалификации педагогов дополнительного образования, сотрудников библиотек, руководителей любительских творческих коллективов

1.3. Требования к слушателям (категории слушателей)

К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.4. Цель и планируемые результаты освоения программы

Программа направлена на освоение (совершенствование) следующих

ПК 2.4. Использовать современные методики и технические средства в профессиональной работе.

ПК 1.4 Создавать условия для привлечения населения к культурно-досуговой и

творческой деятельности.

ПК 1.5 Использовать современные методы организации социально-культурной деятельности.

ПК 1.6 Анализировать состояние социально-культурной ситуации в регионе и учреждении культуры.

ПК 1.7 Определять приоритетные направления социально-культурной деятельности.

ПК 1.8 Использовать различные способы сбора и распространения информации в профессиональной сфере.

ПК 1.5. Использовать информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональных целях.

Обучающийся в результате освоения программы должен:

иметь практический опыт:

1. регистрироваться и осуществлять работу с контентом на страницах;
2. формировать сообщества в социальных сетях;

уметь:

1. анализировать конкурентную среду в социальных сетях, разрабатывать стратегию присутствия продукта (учреждения культуры) в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания;
2. проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и анализировать результаты.
3. осуществлять регистрацию в социальных сетях инстаграм, ВКонтакте;
4. создавать аккаунта учреждения культуры;
5. публиковать фото и видео материалы на страницах соц. сетей учреждения культуры;
6. самостоятельно управлять каналами в социальных сетях, работать с негативом, использовать реакции аудитории в социальных сетях для улучшений продукта и процессов в деятельности учреждения культуры.

знать:

1. особенности социальных сетей как коммуникационной среды;
2. принципы функционирования социальных сетей: инстаграм, ВКонтакте;
3. формы и факторы работы в социальных сетях;
4. существующие платформы социальных сетей и различных приложений для работы в соц. сетях;
5. принципы формирования и функционирования сетевого сообщества;
6. возможности использования социальных сетей профессиональной деятельности;

1.5. Форма обучения: заочная с применением дистанционных образовательных технологий

Режим занятий: 8 часов в день.

1.6. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы:
удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Наименование разделов и тем	Всего часов	Теоретические занятия	Практические занятия	Формы промежуточной аттестации
Составление стратегии работы в социальных сетях. Исследование и постановка задач.	4	2	2	Тест
Общие рекомендации по ведению страниц, групп и аккаунтов	11	7	4	Тест
Онлайн взаимодействие с аудиторией	4	2	2	Тест
Способы продвижения мероприятий в социальных сетях	4	2	2	Тест
Итоговая аттестация	1			Практическая работа
ИТОГО	24	13	10	

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Темы	Занятия			
	1 день	2 день	3 день	3 день Итоговая аттестация
Составление стратегии работы в социальных сетях. Исследование и постановка задач.	4			
Общие рекомендации по ведению страниц, групп и аккаунтов	4			
Онлайн взаимодействие с аудиторией		7	3	
Способы продвижения мероприятий в социальных сетях		1	4	
Итоговая аттестация				1
ИТОГО: 24				

4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

Наименование разделов и тем 1	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены) 2	Объем часов 3	Уровень освоения 4
Содержание учебного материала			
1.	Составление стратегии работы в социальных сетях. Исследование и постановка задач.	2	2
Практические занятия			
1.	Составление стратегии работы в социальных сетях. Исследование и постановка задач.	2	2
Содержание учебного материала			
1.	Общие рекомендации по ведению страниц, групп и аккаунтов	7	2
Практические занятия			
1.	Общие рекомендации по ведению страниц, групп и аккаунтов	4	2
Содержание учебного материала			
1	Онлайн взаимодействие с аудиторией	2	2
Практические занятия			
1	Онлайн взаимодействие с аудиторией	2	2
Содержание учебного материала			
1.	Способы продвижения мероприятий в социальных сетях	2	2
Практические занятия			
1.	Способы продвижения мероприятий в социальных сетях	2	2
2.	Итоговая аттестация.	1	2
ИТОГО		24	

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

5.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы предполагает наличие у слушателя и преподавателя (в колледже) наличие следующего материально-технического обеспечения:

№ п/п	Наименование
Выход в интернет	
Программное обеспечение	
	ОС Windows Стандартный пакет MS Office (офис). FlashPlayer Браузер AcrobatReader Архиватор Система электронного обучения Moodle Пакет программ свободного доступа
Техническое обеспечение	
	персональный компьютер принтер микрофон веб-камера наушники сканер выход в Интернет

5.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные

источники:

1. Уварова Е., Якимов, Е. Instagram. Секрет успеха ZT PRO. От А до Я в продвижении. – Издательство АСТ, 2015. – 350 с.

2. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах [Текст] / И.В. Ашманов, А.К. Иванов. – СПб.: Питер, 2011. - 465 с.

3. Румянцев Д. Продвижение бизнеса в Вконтакте. Новые практики и технологии. – Питер, 2016. – 400 с.

4. Хейг, М. Электронный PublicRelations [Текст] / М. Хейг. — М.: Фаир-Пресс, 2002. — 199 с.

5. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты [Текст] / Дейдра Брекенридж. — М.: Эксмо, 2010. — с. 13.

6. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Текст] / А. Чумиков, М. Бочаров, М. Тишкова. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — с. 24.

Интернет-ресурсы:

1. SMM-продвижение в социальных сетях — что это такое и как работает [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kazarabativat.ru/marketing/smm-prodvizhenie/>

2. Теоретические основы продвижения в социальных сетях [электронный ресурс]. Режим доступа: http://studbooks.net/786914/marketing/teoreticheskie_osnovy_prodvizheniya_sotsialnyh_setyah

3. Функции и задачи рекламы в социальных сетях [электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5455725/page:3/> –

4. Будущее социальных сетей [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biz-in-life.com/trend/budushhee-sotsialnyih-setey>

5. Инструменты SMM: ТОП15 [электронный ресурс]. Режим доступа: <https://blog.statusbrew.com/instrumenty-smm/>

6. Кензина Ц.З., Бережной Р.И. Интернет как способ продвижения рекламной компании // Молодой ученый. — 2016. — №27.2. — С. 14-15. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/131/36445/>

5.3. Организация образовательного процесса

Модель организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий - образовательная платформа Moodle.

Предусмотрены следующие виды учебных занятий: лекции, практические занятия

5.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров: реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины.

6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КУРСА

Форма итоговой аттестации –зачет. К итоговой аттестации допускаются обучающиеся, успешно прошедшие промежуточный контроль по темам, предусмотренный учебным планом настоящей программы, выполнившие все практические работы и все задания для самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 2.4. Использовать современные методики и технические средства в профессиональной работе.	<i>Выполнение заданий для самостоятельной работы.</i>
ПК 1.4 Создавать условия для привлечения населения к культурно-досуговой и творческой деятельности.	<i>Выполнение заданий для самостоятельной работы.</i>
ПК 1.5 Использовать современные методы организации социально-культурной деятельности.	<i>Выполнение заданий для самостоятельной работы.</i>
ПК 1.6 Анализировать состояние социально-культурной ситуации в регионе и учреждении культуры.	<i>Выполнение заданий для самостоятельной работы.</i>
ПК 1.7 Определять приоритетные направления социально-культурной деятельности.	<i>Выполнение заданий для самостоятельной работы.</i>
ПК 1.8 Использовать различные способы сбора и распространения информации в профессиональной сфере.	<i>Выполнение заданий для самостоятельной работы.</i>
	<u>Форма</u> _____ <u>оценки</u> <u>результатов обучения:</u> <i>Итоговая аттестация:</i> <i>зачет</i>

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Иркутский областной колледж культуры

Фонд оценочных средств
по дополнительной профессиональной программе повышения
квалификации по теме:
«Продвижение учреждений культуры в социальных сетях»

Иркутск, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1 Область применения фонда оценочных средств

1.2 Сводные данные об объектах оценивания, основных показателях оценки, типах заданий, формах аттестации

2. Фонд оценочных средств

2.1. Задания для проведения промежуточного контроля

2.2. Задания для проведения итоговой аттестации

Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) предназначен для проверки результатов освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации по теме «Продвижение учреждений культуры в социальных сетях»

1.2. Объекты оценивания – результаты освоения

ФОС позволяет оценить следующие результаты освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации по теме: «Продвижение учреждений культуры в социальных сетях».

Обучающийся в результате освоения программы должен:

иметь практический опыт:

1. регистрироваться и осуществлять работу с контентом на страницах;
2. формировать сообщества в социальных сетях;

уметь:

1. анализировать конкурентную среду в социальных сетях, разрабатывать стратегию присутствия продукта (учреждения культуры) в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания;
2. проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и анализировать результаты.
3. осуществлять регистрацию в социальных сетях инстаграм, ВКонтакте;
4. создавать аккаунта учреждения культуры;
5. публиковать фото и видео материалы на страницах соц. сетей учреждения культуры;
6. самостоятельно управлять каналами в социальных сетях, работать с негативом, использовать реакции аудитории в социальных сетях для улучшений продукта и процессов в деятельности учреждения культуры.

знать:

1. особенности социальных сетей как коммуникационной среды;
2. принципы функционирования социальных сетей: инстаграм, ВКонтакте;
3. формы и факторы работы в социальных сетях;
4. существующие платформы социальных сетей и различных приложений для работы в соц. сетях;
5. принципы формирования и функционирования сетевого сообщества;
6. возможности использования социальных сетей профессиональной деятельности;

Вышеперечисленные практический опыт, умения, знания направлены на формирование у обучающихся следующих **профессиональных компетенций**:

ПК 2.4. Использовать современные методики и технические средства в профессиональной работе.

ПК 1.4 Создавать условия для привлечения населения к культурно-досуговой и творческой деятельности.

ПК 1.5 Использовать современные методы организации социально-культурной деятельности.

ПК 1.6 Анализировать состояние социально-культурной ситуации в регионе и учреждении культуры.

ПК 1.7 Определять приоритетные направления социально-культурной деятельности.

ПК 1.8 Использовать различные способы сбора и распространения информации в профессиональной сфере.

ПК 1.5. Использовать информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональных целях

Сводные данные об объектах оценивания, основных показателях оценки, типах заданий, формах аттестации

Результаты освоения (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата и их критерии	Тип задания;
ПК 2.4. Использовать современные методики и технические средства в профессиональной работе.	Задания выполнены в полном объеме Тест выполнен на положительную оценку	Практические задания Тест
ПК 1.4 Создавать условия для привлечения населения к культурно-досуговой и творческой деятельности.	Задания выполнены в полном объеме Тест выполнен на положительную оценку	Практические задания Тест
ПК 1.5 Использовать современные методы организации социально-культурной деятельности.	Задания выполнены в полном объеме Тест выполнен на положительную оценку	Практические задания Тест
ПК 1.6 Анализировать состояние социально-культурной ситуации в регионе и учреждении культуры.	Задания выполнены в полном объеме Тест выполнен на положительную оценку	Практические задания Тест
ПК 1.7 Определять приоритетные направления социально-культурной деятельности.	Задания выполнены в полном объеме	Практические задания

ПК 1.8 Использовать различные способы сбора и распространения информации в профессиональной сфере.	Задания выполнены в полном объеме Тест выполнен на положительную оценку	Практические задания Тест
ПК 1.5. Использовать информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональных целях	Задания выполнены в полном объеме Тест выполнен на положительную оценку	Практические задания Тест

Форма аттестации.

Итоговая аттестация – зачет.

2.1. Задания для проведения промежуточного контроля

2.1. Задания для проведения промежуточного контроля – тестовые задания

Тестовые задания:

Тест №1

1. Как правильно составлять план работы в социальных сетях?

Выберите один ответ:

- a. задача, критерий эффективности, комментарий
- b. задача, шаги которые необходимо предпринять для решения, какие социальные сети помогут решить задачи
- c. задача, ответственный, срок исполнения, комментарий
- d. целевая аудитория, социальные сети, которые предпочитают представители целевой аудитории

2. На какие вопросы должна отвечать миссия учреждения? Уберите лишнее.

Выберите один ответ:

- a. Для какой целевой аудитории существует и работает учреждение культуры
- b. Какова цель существования и работы учреждения культуры
- c. Какие шаги предпринимает учреждение для достижения цели
- d. Сколько времени потребуется работнику для выполнения поставленных задач в социальных сетях

3. Как проанализировать текущий уровень вашего учреждения культуры в социальных сетях? Уберите лишнее.

Выберите один ответ:

- a. Выбрать социальную сеть и формат присутствия
- b. Посмотреть кол-во подписчиков
- c. Посмотреть задачи стоящие перед учреждением культуры
- d. Выявить особенности аудитории

4. *Что такое социальная сеть?*

Выберите один ответ:

- a. это программа (приложение) для смартфона или персонального компьютера, позволяющая мгновенно обмениваться с друзьями текстовыми сообщениями, телефонными звонками и даже разговаривать с использованием видеосвязи.
- b. онлайн-платформа, которую люди используют для общения, знакомств, создания социальных отношений с другими людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, также развлечения (музыка, фильмы) и работы.
- c. рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.

5. *Для решения каких задач обычно используются социальные сети в учреждении культуры?*

Выберите один ответ:

- a. для того, чтобы выявить какие тенденции преобладают в настоящий момент
- b. для распространения информации о товарах и услугах, а так же для выстраивания имиджа организации, формирования сообщества вокруг нее
- c. для подготовки контента и решения организационных и технических вопросов

Тест №2

1. *Должны ли видеть деятельность учреждения культуры в социальных сетях потенциальные и постоянные посетители, информационные партнеры и коллеги?*

Выберите один ответ:

- a. да
- b. нет
- c. страницу можно открывать/закрывать по желанию

2. *Что нужно учитывать при создании фотоальбома?*

Выберите один ответ:

- a. название должно быть коротким и понятным, фото должны быть качественными
- b. фотографии должны не относиться к деятельности учреждения
- c. разрешать пользователям пополнять альбом самостоятельно

3. *Что такое контент?*

Выберите один ответ:

- a. графическое представление пользователя.
- b. это специальное пространство, где человек может размещать любую информацию.
- c. это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта.

*4. Что нужно учитывать при создании аватара? Уберите лишнее.
Выберите один ответ:*

- a. простой дизайн
- b. один аватар для всех социальных сетей
- c. если на аватаре должен быть текст, то он должен быть незаметен

*5. Как правильно заполнять информацию об учреждении культуры, которую может получить посетитель в сообществе?
Выберите один ответ:*

- a. название учреждения, контакты, аватар, статус
- b. название учреждения, аватар, обложка
- c. название учреждения, миссия, краткая история, контакты, ссылки на другие страницы в соц. сети

Тест №3

*1. Уберите лишний способ онлайн-взаимодействия
Выберите один ответ:*

- a. лотерея
- b. общение в комментариях к конкретному посту
- c. опросы
- d. викторины и конкурсы

*2. Нужно ли уделять внимание к технической подготовке при онлайн-трансляции?
Выберите один ответ:*

- a. это не так важно
- b. нет
- c. да

*3. Какие задачи для учреждения культуры мы можем решить при проведении онлайн-трансляции? Уберите лишнее.
Выберите один ответ:*

- a. популяризация новых технологий среди сотрудников вашего учреждения

- b. работа с теми, кто хотел бы прийти в учреждение культуры, но не может
- c. анализ результатов (выполнена ли поставленная задача) прочие наблюдения
- d. формирование нового типа - аудитории онлайн-аудитории

4. *Что с точки зрения действующего законодательства подразумевается под словом "лотерея"?*

Выберите один ответ:

- a. игра
- b. викторина
- c. азартная игра
- d. конкурс

5. *Что такое онлайн-трансляция?*

Выберите один ответ:

- a. графическое представление пользователя
- b. формат подачи журналистских материалов в интернете (англ. Long-form journalism). Его спецификой является большое количество текста.
- c. это прямой эфир с места события
- d. это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта.

Тест №4

1. *Что обязательно нужно указывать в публикации при размещении мероприятия? Уберите лишнее.*

Выберите один ответ:

- a. контакты
- b. стоимость
- c. dress code
- d. дату и время проведения

2. *Как часто нужно повторять публикации о проводимом мероприятии?*

Выберите один ответ:

- a. достаточно 1 публикации
- b. несколько раз. Время выбирать в зависимости от того, на какую аудиторию рассчитано
- c. 2 раза в месяц. Не нужно надоедать своим мероприятием

3. *Зачем организовывать прямой эфир с мероприятия?*

Выберите один ответ:

- a. прямой эфир можно организовывать по желанию
- b. прямой эфир организовывать не нужно
- c. прямой эфир может вызвать интерес и желание прийти к вам в следующий раз

4. Какие публикации размещать, о том, что пользователю стоит пойти на мероприятие?

Выберите один ответ:

- a. фотографии подготовки к мероприятию, опросы, видеоролики и вирусные картинки
- b. ничего размещать не нужно. Достаточно одного информативного поста о мероприятии

5. Что такое таргетинг?

Выберите один ответ:

- a. это сленговое название потоковой передачи данных, прямых трансляций в сети интернет.
- b. рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.
- c. это ячейка в социальной сети, которая зарезервирована для одного пользователя, который там зарегистрировался.

2.2. Задание для проведения итоговой аттестации

1. Выбрать одну социальную сеть: инстаграм или ВКонтакте (учитывая все пункты из темы №1);
2. Создать страницу вашего учреждения культуры в выбранной социальной сети (учитывайте все темы из темы №2). Если страница уже существует перейти к пункту №4;
3. Пошагово заполнить информацию на странице вашего сообщества о вашем учреждении (учитывайте все пункты из темы №2);
4. Создать обложку и аватар в одном стиле с помощью приложения "CANVA" (необходимо учитывать все пункты из темы №2);
5. Устроить онлайн-викторину или опрос (учитывая все пункты из темы №3);
6. Придумать и создать онлайн-мероприятие и прорекламирровать его. Если вы выбрали социальную сеть ВКонтакте, то необходимо создать отдельную страницу с вашим мероприятием (учитывая все пункты из темы №4);
7. Сделать пост на своей странице в социальной сети с рекламой вашего сайта;

8. Сделать один новостной пост, чтобы заинтересовать посетителей сообщества;
9. Разработайте хештеги к вашим записям;
10. Разместить посты в историю о ваших последних новостных записях;
12. После того, как вы сделаете 10 пунктов, необходимо отправить ссылки страниц в социальных сетях в чат для проверки и получения итоговой оценки.