

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования «Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по МДРМ

А.Г. Балашов

« 1 »

марта 2022 г.

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ШКОЛЫ И ПРОФИЛЕЙ ПЕДАГОГОВ В СОЦИАЛЬНЫХ
СЕТЯХ»

Москва – 2022

1. Цель реализации программы

Цель программы – повысить уровень знаний об SMM (маркетинге в социальных сетях) и сформировать у слушателей навыки создания контента для профессиональных аккаунтов преподавателей и официальных страниц образовательных организаций в социальных сетях.

2. Характеристика профессиональной деятельности и (или) квалификации

Область профессиональной деятельности: позиционирование образовательного учреждения в социальных сетях

Вид экономической деятельности: *образование.*

Укрупненная группа специальностей: *44.00.00 Образование и педагогические науки*

Квалификация: *отсутствует.*

2. Требования к результатам обучения

Формируемая профессиональная компетенция – способность осуществлять деятельность, ориентированную на развитие личного бренда преподавателя и бренда образовательного учреждения в социальных сетях, основываясь на современных трендах и инструментах SMM.

В результате освоения данной программы слушатель должен:

знать:

- основные понятия и современные тенденции, связанные с социальными сетями;
- инструменты SMM, необходимые для целей образовательной организации;
- основы создания личного бренда.

уметь: разрабатывать контент-план и создавать качественный контент как для профессионального аккаунта, так и для официального аккаунта образовательного учреждения.

иметь практический опыт: разработки контент-плана и его реализации.

3. Содержание программы

Учебный план
программы повышения квалификации
«Позиционирование школы и профилей педагогов в социальных сетях»

Категория слушателей – лица, имеющие среднее специальное или высшее образование.

Срок обучения – 36 часов.

Форма обучения – очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий

№ п/п	Наименование разделов / модулей	Всего, час	В том числе			Образова- тельные технологии, в том числе ЭО и (или) ДОТ
			Аудиторных		Самост- оательн ая работа	
			Лекции	Практичес- кие и лаборатор- ные занятия		
1.	Тренды социальных сетей	6	4	-	2	ДОТ
2.	Инструменты SMM для целей преподавателей и образовательных учреждений	8	3	2	3	ДОТ
3.	Работа со школьным сообществом в социальных сетях	14	6	2	6	ДОТ
4.	Личный бренд преподавателя в социальных сетях	8	3	3	2	ДОТ
	Всего	36	16	7	13	
Итоговая аттестация*			<i>зачет</i>			

**Учебно-тематический план
программы повышения квалификации
«Позиционирование школы и профилей педагогов в социальных сетях»**

№ п/п	Наименование тем разделов / модулей	Всего, час	В том числе			Образова- тельные технологии, в том числе ЭО и (или) ДОТ
			Аудиторных		Самостоя- тельная работа	
			Лекции	Практич- еские и лаборато- рные занятия		
1.	Тренды социальных сетей	8	4	-	4	ДОТ
1.1	Целевая аудитория и выбор площадок в социальных сетях	2	1	-	1	ДОТ
1.2	Особенности работы в ВКонтакте	2	1	-	1	ДОТ
1.3	Особенности работы в Telegram	4	2	-	2	ДОТ
2	Инструменты SMM для целей преподавателей и школы	8	3	2	3	ДОТ
2.1.	Как писать интересные тексты	4	1	2	1	ДОТ
2.2	Как создавать качественный визуальный контент	2	1	-	1	ДОТ
2.3	Как работать с графическими редакторами	2	1	-	1	ДОТ
3.	Работа со школьным сообществом в социальных сетях	12	6	2	4	ДОТ
3.1	Разработка стратегии сообщества	2	1	-	1	ДОТ
3.2	Технологии создания контента	4	1	2	1	ДОТ

3.3	Инструменты привлечения подписчиков в сообщества	3	1	-	2	ДОТ
3.4	Вовлечение участников в сообщество и работа с ядром аудитории	1	1	-	-	ДОТ
3.5	Работа с негативом и конфликтами в сообществе	1	1	-	-	ДОТ
3.6	Аналитика развития комьюнити	1	1	-	-	ДОТ
4.	Личный бренд преподавателя в социальных сетях	8	3	3	2	ДОТ
4.1	Формула личного бренда	4	1	1	2	ДОТ
4.2	Этапы создания личного бренда	3	1	2	-	ДОТ
4.3	Публичность и защита личного бренда	1	1	-	-	ДОТ
	Всего	36	16	7	13	
Итоговая аттестация*		<i>зачет</i>				

Календарный учебный график

Календарный учебный график составляется в форме расписания занятий при наборе группы и прилагается к программе повышения квалификации.

Учебная программа повышения квалификации «Позиционирование школы и профилей педагогов в социальных сетях»

Раздел 1. Тренды социальных сетей (8 часов).

Тема 1.1. Целевая аудитория и выбор площадок в социальных сетях.

Тема 1.2. Особенности работы в ВКонтакте.

Тема 1.3. Особенности работы в Telegram.

Раздел 2. Инструменты SMM для целей преподавателей и школы (8 часов).

Тема 2.1. Как писать интересные тексты

Тема 2.2. Как создавать качественный визуальный контент

Тема 2.3. Как работать с графическими редакторами

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во часов
2.1.	Как писать интересные тексты	2

Раздел 3. Работа со школьным сообществом в социальных сетях (12 часа).

Тема 3.1. Разработка стратегии сообщества

Тема 3.2. Технологии создания контента

Тема 3.3. Инструменты привлечения подписчиков в сообщества

Тема 3.4. Вовлечение участников в сообщество и работа с ядром аудитории

Тема 3.5. Работа с негативом и конфликтами в сообществе

Тема 3.6. Аналитика развития комьюнити

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во часов
3.2.	Технологии создания контента	2

Раздел 4. Личный бренд преподавателя в социальных сетях (8 часов).

Тема 4.1. Формула личного бренда

Тема 4.2. Этапы создания личного бренда

Тема 4.3. Публичность и защита личного бренда

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во часов
4.1.	Формула личного бренда	1
4.2.	Этапы создания личного бренда	2

Самостоятельная работа

Номер темы	Содержание самостоятельной работы	Кол-во часов
1.1	Определение целевой аудитории для школы или педагога и выбор оптимальных площадок в социальных сетях. Заполнение матрицы целевой аудитории.	1
1.2	Поиск и изучение сообществ ВКонтакте схожей тематики. Анализ публикуемого материала, целевой аудитории. Выделение ошибок или недочетов сообществ. Выявление сильных сторон.	1
1.3	Поиск и изучение каналов в Telegram схожей тематики. Анализ публикуемого материала, целевой аудитории. Выделение ошибок или недочетов канала. Выявление сильных сторон.	2
2.1.	Поиск и изучение примеров интересных текстов в аккаунтах педагогов или образовательных учреждений. Анализ структуры текстов. Написание текста с дальнейшим его разбором.	1
2.2	Поиск и изучение примеров аккаунтов педагогов или образовательных учреждений с качественным визуальным контентом	1
2.3	Изучение обучающих видеоинструкций к изученным графическим редакторам	1
3.1	Чтение предложенных статей по теме разработки стратегии ведения аккаунтов	1
3.2	Анализ платформ для создания контента в социальных сетях	1
3.3	Анализ метрик сообщества для оценки ресурсов привлечения подписчиков в сообщество	2
4.1	Поиск и изучение аккаунтов, позиционирующихся как личный бренд с области образования	2

4. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий кабинетов, лабораторий	Вид занятия	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория: мультимедийный класс	Лекции	Компьютер, ZOOM, Microsoft Office
Аудитория: мультимедийный класс	Практические занятия	Компьютер, ZOOM, Microsoft Office
Аудитория: мультимедийный класс	Зачет	Компьютер, ZOOM, Microsoft Office

5. Учебно-методическое обеспечение программы

Литература

1. Асланов Т. PR тексты. Как зацепить читателя. – СПб: Питер, 2017. 176 с.
2. Барлоу Дж., Меллер К. Жалоба – подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. 328 с.
3. Ильяхов М. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст. 3-е изд. / М. Ильяхов, Л. Сарычева. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 440 с.
4. Кононова Е. Личный бренд с нуля. Как заполучить признание, популярность, славу, когда ты ничего не знаешь о персональном PR. – М.: АСТ, 2017. 256 с.
5. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. – М.: Издательство Юрайт, 2017. 384 с.
6. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.

Интернет ресурсы

1. Проект «Главред» – URL: <https://glvrd.ru/> – Режим доступа свободный.
2. Проект «SMMplanner» – URL: <https://smmplanner.com/> – Режим доступа свободный.
3. Онлайн-платформа для создания дизайна «Canva» – URL: <https://www.canva.com/> – Режим доступа свободный.

6. Оценка качества освоения программы

Основными формами обучения слушателей являются лекции с использованием мультимедийных средств обучения, практические занятия и самостоятельная работа.

Формами промежуточной аттестации являются практические задания и тестирование.

Итоговая аттестация осуществляется в форме зачета, который проходит в форме решения конкретной учебной ситуации (кейс, связанный с созданием аккаунта

образовательной тематики в социальной сети ВК и образовательного канала в Телеграме).

Оценивание происходит по следующим критериям:

- полнота ответа с использованием всей информации из описания ситуации, представленность нескольких точек зрения на проблему,
- обоснованность и логичность представленных выводов, отсутствие фактических ошибок.

7. Составители программы

Доцент кафедры ЭМФ, к.полит.н.



/Добрынина М.В./

Руководитель, Пресс-службы



/Белобрагина А.С./

Редактор Пресс-службы



/Рогатова С.В./

Согласовано:

Директор ДРОП



Н.Ю. Соколова