

Министерство культуры Камчатского края  
Краевое государственное бюджетное учреждение  
Дополнительного профессионального образования  
работников культуры  
«Камчатский учебно-методический центр»  
*Отдел по повышению квалификации  
и информационно-аналитической работе*

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Директор**

\_\_\_\_\_ **Е.В. Галянт**

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ **2020 г.**

Дополнительная профессиональная образовательная программа  
повышение квалификации специалистов по направлению  
«Социокультурная и досуговая деятельность»  
по теме:

**«Работа учреждений с социальными сетями и СМИ»**



# Содержание

## **1. Пояснительная записка.**

## **2. Общие положения.**

2.1 Цель программы

2.2 Планируемые результаты освоения программы.

2.3 Трудоемкость и срок освоения программы.

2.4 Нормативные документы для разработки программы.

2.5 Категория слушателей и требования к уровню их подготовки.

2.6 Форма обучения.

2.7 Промежуточная и итоговая аттестация.

## **3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы.**

3.1 Учебный план программы.

3.2 Рабочая программа учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

## **4. Учебно-методическое обеспечение.**

4.1 Рекомендуемая литература.

4.2 Информационные средства обеспечения дисциплины. Рекомендуемые средства.

4.3 Материально-техническое обеспечение курса.

## **5. Фонд оценочных средств.**

## **6. Форма контроля.**

## **7. Входные требования к слушателям.**

## **8. Выходные требования к слушателям.**

## **1. Пояснительная записка.**

Одна из важнейших функций учреждений культуры – эффективное взаимодействие с аудиторией - как существующими, так и потенциальными потребителями услуг в сфере культуры и искусства. Практика использования социальных сетей ведущими культурными учреждениями России и мира показывает эффективность работы в данном направлении. Социальные медиа могут быть полезны для трансляции генеральной концепции и стратегии учреждений, эффективного алгоритма по сбору отзывов и мнений, механизма реализации билетов и анонсирования мероприятий, создание позитивного имиджа учреждений.

В условиях кризиса после пандемии коронавируса, многие учреждения культуры, ранее игнорировавшие очевидные преимущества социальных сетей, вынуждены были приступить к интенсивной работе в медиа. Помимо случаев успешного освоения, есть и очевидные ошибки, приводящие к неэффективной трате рабочего времени и ресурсов. Еще одна проблема – во многих учреждениях отсутствует smm-специалист – этот функционал часто закреплен за отдельными сотрудниками учреждений. Очевидно, что нужен курс, который позволит быстро и безболезненно освоить важные тонкости работы с отдельными социальными сетями, исходя из индивидуальных потребностей и специфики каждого учреждения.

Данный курс позволит облегчить работу сотрудников учреждений с социальными медиа и даст возможность использовать эффективные механизмы для комфортного присутствия учреждений в медиaprостранстве.

## **2. Общие положения.**

### **2.1. Цель программы**

- Формирование представлений о возможностях социальных сетей, о их различии, функционале, эволюции, особенностях.
- Получение профессиональных компетенций в работе с социальными медиа, практика создания готовых кейсов для учреждений культуры.

## **2.2. Планируемые результаты**

По завершении курсов слушатель должен:

### **Знать:**

- особенности организации работы культурного учреждения в социальных сетях;
- специфику разных медиаплощадок;

### **Уметь:**

- составлять контент-план;
- знать разные способы вовлечения аудитории через медиа: пост, статья, подкаст, клип, опрос, сторис, таргетированная реклама, кросс-продвижение, маска в Instagram и т.д.
- писать тексты и подбирать картинки с учетом особенностей социальных медиа;
- разрабатывать айдентику учреждения для позиционирования в социальных сетях, работать в простейших программах по созданию визуального контента;
- взаимодействовать с пользователями услуг учреждения через социальные медиа.

### **Иметь навыки:**

- привлечения потенциальных пользователей услуг учреждения;
- создания креативного контента;
- администрирования аккаунтов;

## **2.3. Трудоемкость и срок освоения программы**

Трудоемкость программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом составляет 24 академических часа.

Виды учебных занятий: видео-семинары, включающие разные этапы: лекции, практические занятия, выполнение домашних заданий, контент-анализ, анализ аккаунтов и индивидуальные консультации в закрытой группе ВКонтакте.

Данная программа рассчитана на слушателей, имеющих навыки работы на компьютере или базовую компьютерную подготовку.

#### **2.4. Нормативные документы для разработки программы**

- Закон Российской Федерации от 9 октября 1992 года № 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре»;
- Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»;
- Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 20 февраля 2015 г. № 277 «Об утверждении требований к содержанию и форме информации о деятельности организаций культуры, размещаемой на официальных сайтах организаций культуры, органов местного самоуправления, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, уполномоченного федерального органа исполнительной власти в сети «Интернет»;
- Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 26 февраля 2016 года № 476 «Об организации работы по независимой оценке качества оказания услуг учреждениями культуры»;
- Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 27 апреля 2018 года № 599 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий оказания услуг организациями культуры».

## 2.5. Категория слушателей и требования к уровню их подготовки

Программа предназначена для специалистов культурных учреждений ответственных по работе со СМИ,.

## 2.6. Форма обучения

Заочная с применением ДОТ.

## 2.7. Промежуточная и итоговая аттестация

Формами промежуточной аттестации будут являться выполнение заданий во время практических занятий. Итоговая аттестация будет осуществляться в форме представления материалов, созданных в процессе обучения. По окончании курса будет выдано удостоверение государственного образца о повышении квалификации.

## 3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы

### 3.1. Учебный план программы курса повышения квалификации «Работа учреждений с социальными сетями и СМИ».

п/п	Наименование разделов (тем, лекций, дисциплин)	Кол-во учебных часов	Из них:		
			Лекции	Практические занятия	Зачёт/экзамен
1	Виды социальных сетей, возможности, функционал.	4	2	2	-
2	Аккаунт-анализ.	3	2	1	-
3	Контент-план. и smm-стратегия, как основа работы в социальных медиа.	4	2	2	-
4	Фидбэк-анализ.	4	2	2	-
5	Генерирование контента.	4	-	4	-
6	Раскрутка аккаунтов.	2	-	2	
7	Зачет.	3	-	-	3
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>3</b>

## **3.2. Рабочая программа учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)**

### **Тема 1. Виды социальных сетей, возможности, функционал.**

Разница в работе с социальными сетями с учетом специфики работы театра, музея, библиотеки, концертного учреждения, кинотеатра, образовательного центра и т.д.

### **Тема 2. Аккаунт-анализ.**

Примеры работы в социальных сетях, разбор успешных кейсов, разбор ошибок, аккаунт-анализ.

### **Тема 3. Контент-план.**

Контент-план и smm-стратегия, как основа работы в социальных медиа. Для чего нужно планирование в социальных медиа. Как сделать контент-план, исходя из стратегии учреждения.

### **Тема 4. Фидбэк-анализ.**

Отслеживание присутствия учреждения в медиа, отслеживание отзывов, работа с потребителями, обратная связь, перевод некоторых функций учреждений в социальные медиа. Эффективные механизмы поиска упоминаний и комментариев об учреждении. Использование статистики постов – виральность, охват, скрытие – что это такое.

### **Тема 5. Генерирование контента.**

Креатив, поиск и разработка уникального контента, рубрикация. Разработка айдентики учреждения, работа с графическими редакторами. Работа с видео, аудио, документами, статьями, сторис и прочими инструментами компоновки контента. VK и поиск уникальных постов. Проект «VK с авторами». Трансляции в социальных сетях. Подкасты.

### **Тема 6. Раскрутка аккаунтов.**

Продвижение аккаунтов шаг за шагом. Таргет, кросс-промо, инвайтинг. Проблема авторства, владения аккаунтов. Способы отчуждения аккаунтов, спорные моменты. Преимущества верификации аккаунтов. Разработка тегов, их использование. Таргетированная реклама, рекламные кабинеты.

### **Тема 7. Зачет.**



Проведение итоговой аттестации, выставление оценок, подведение итогов, консультирование, «мозговой штурм».

#### **4. Учебно-методическое обеспечение**

##### **4.1. Рекомендуемая литература**

- 1) Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2015) «О средствах массовой информации»;
- 2) Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Гундарин М.В., 2-изд., испр. и доп.- Москва: Издательство «Форум», 2015 - 312с.
- 3) Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: [электронный ресурс]: Учебное пособие/ - Москва: Вузовский учебник, 2016 - 208 с.
- 4) Марков, А. А. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова.- Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2016 - 252 с.
- 5) Гордиенко Т. В., Журналистика и редактирование [Электронный
- 6) ресурс]: Учебное пособие- Москва: Издательский Дом «ФОРУМ», 2017 - 176 с.
- 7) Кузин С. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении [Электронный
- 8) ресурс] / Кузин С. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2014 - 258 с.
- 9) Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии[Электронный ресурс].- Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015 - 260 с.
- 10) Репина Е. А. Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат: [Электронный ресурс]: Монография - Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2017 - 90 с.

##### **4.2. Информационные средства обеспечения дисциплины.**

###### **Рекомендуемые средства**

- 1) <https://vk.com/catsfreesmm> - проект «SMM без котиков»;

- 2) <https://vk.com/procultrf> - портал Pro-Культура»;
- 3) [https://vk.com/smm\\_pub](https://vk.com/smm_pub) - проект «SMM-щики»;
- 4) <https://vk.com/itmarketer> - проект «SMM с Анастасией Юговой»;
- 5) <https://vk.com/authors> - проект «ВКонтакте с авторами».

### **4.3. Материально-техническое обеспечение курса**

Для проведения курса слушателям необходим компьютеры с доступом в сеть Интернет.

## **5. Фонд оценочных средств**

Итоговой аттестацией для слушателей курсов будет создание ими готовых кейсов для социальных сетей учреждения культуры (рубрики, контент-план на определенный период, айдентика и прочее).

## **6. Форма контроля**

Контроль успеваемости обучающихся – важнейшая форма контроля образовательной деятельности, включающая в себя целенаправленный систематический мониторинг освоения обучающимися примерной программы повышения квалификации в целях:

- получения необходимой информации о выполнении обучающимися дополнительной профессиональной программы повышения квалификации;
- оценки уровня знаний, умений и приобретенных (усовершенствованных) обучающимися компетенций;
- стимулирования самостоятельной работы обучающихся.

Итоговая аттестация (квалификационный экзамен) для обучающихся проводится в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам». Освоение примерной дополнительной профессиональной программы

повышения квалификации завершается итоговой аттестацией в форме собеседования и представления материалов, созданных в процессе обучения.

### **7. Входные требования к слушателям**

Слушатели данных курсов должны иметь высшее или среднее специальное образование. Также слушатели должны уметь обращаться с компьютером на уровне не ниже среднего.

### **8. Выходные требования к слушателям**

К итоговой аттестации допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные курсом обучения по программе повышения квалификации и успешно прошедшие все промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Итоговая аттестация проводится в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Слушатель признается «успешно освоившим курс» при положительном результате тестирования. По окончании обучения он получает удостоверение государственного образца.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации оценку «неудовлетворительно», а также лицам, освоившим часть примерной программы повышения квалификации, выдается справка об обучении или о периоде обучения.

## **РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ:**

\_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О, подпись)

\_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О, подпись)

## **СОГЛАСОВАНО:**

\_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О, подпись)

\_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О, подпись)