

**Министерство образования Кировской области
Кировское областное государственное образовательное автономное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Институт развития образования Кировской области»**

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ИРО Кировской области

Н.В. Соколова

№9 от 20.12.2023

Дополнительная профессиональная программа (повышение квалификации)

**Госпаблик образовательной организации – эффективный инструмент
управления и коммуникации**

Разработчик(и) программы:

Быкова Е. Л., КОГОАУ ДПО «ИРО Кировской области», магистр

Киров, 2023

Раздел 1. Характеристика программы

1.1. Цель реализации программы – разработка комплексной стратегии ведения и продвижения официального аккаунта образовательной организации в ключевых социальных сетях с учетом анализа целевой аудитории и показателей эффективности работы.

1.2. Планируемые результаты обучения:

Трудовая функция	Трудовое действие	Знать	Уметь
Общепедагогическая функция. Обучение (Профстандарт «Педагог»)	Формирование навыков ведения и продвижения официального аккаунта образовательной организации.	- Теоретические основы и практические методы ведения и продвижения официального аккаунта образовательной организации. - Критерии медиакомпетентности специалиста, отвечающего за сопровождение официальных страниц образовательной организации в социальных сетях.	Организовывать взаимодействие образовательной организации с участниками образовательных отношений, органами государственной власти, общественными и другими организациями, представителями СМИ с помощью ресурсов официального аккаунта в социальных сетях.

1.3. Категория слушателей:

Руководители, заместители руководителей, специалисты, отвечающие за сопровождение официальных страниц образовательной организации в социальных сетях.

1.4. Форма обучения – очная

1.5. Срок освоения программы: 24 ч.

Раздел 2. Содержание программы

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Всего часов	Виды учебных занятий, учебных работ		Самостоятельная работа, час	Формы контроля
			Лекция, час	Интерактивное (практическое) занятие, час		
1.	Подготовка к продвижению образовательной организации в социальных сетях	6	4	2	0	
1.1	Анализ целевой аудитории и ее потребностей	2	2	0	0	

1.2	Имидж образовательной организации в социальных сетях	4	2	2	0	Практическая работа
2.	Создание и оформление контента	8	4	2	2	
2.1	Основные принципы концепции госпаблика образовательной организации	2	2	0	0	
2.2	Требования к контенту для социальных сетей	2	2	0	0	Тест
2.3	Создание и включение интерактивного контента	4	0	2	2	Практическая работа
3.	Создание и развитие сообщества в социальных сетях	4	0	2	2	Практическая работа
4.	Воспитательный потенциал госпаблика	4	2	2	0	Практическая работа
5.	Итоговая аттестация	2	0	2	0	Презентация медиапродуктов
	ИТОГО	24	10	10	4	

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Всего часов	Виды учебных занятий, учебных работ		Самостоятельная работа, час	Формы контроля
			Лекция, час	Интерактивное (практическое) занятие, час		
1.	Подготовка к продвижению образовательной организации в социальных сетях	6	4	2	0	
1.1	Анализ целевой аудитории и ее потребностей	2	2	0	0	
1.2	Имидж образовательной организации в социальных сетях	4	2	2	0	Практическая работа

2.	Создание и оформление контента	8	4	4	0	
2.1	Основные принципы концепции госпаблика образовательной организации	2	2	0	0	
2.2	Требования к контенту для социальных сетей	2	2	0	0	Тест
2.3	Создание и включение интерактивного контента	4	0	4	0	Практическая работа
3.	Создание и развитие сообщества в социальных сетях	4	0	4	0	Практическая работа
4.	Воспитательный потенциал госпаблика	4	2	2	0	Практическая работа
5.	Итоговая аттестация	2	0	2	0	Презентация медиапродуктов
	ИТОГО	24	10	14	0	

2.2. Рабочая программа

1. Подготовка к продвижению образовательной организации в социальных сетях

1.1. Анализ целевой аудитории и ее потребностей (лекция – 2 ч.)

Лекция: цели, задачи, функционал официального аккаунта образовательной организации. Обоснование необходимости продвижения госпаблика образовательной организации в социальных сетях. Анализ целевой аудитории и ее потребностей, способы обеспечения контакта и обратной связи с аудиторией. Примеры успешного представления образовательной организации в социальных сетях.

1.2. Имидж образовательной организации в социальных сетях (лекция – 2 ч., практическое занятие - 2 ч.)

Лекция: факторы, влияющие на имидж образовательной организации в социальных сетях. Мероприятия, обеспечивающие положительный имидж госпаблика образовательной организации. Методы брендинга госпаблика. Обязательная верификация госпаблика.

Практическая работа: критерии успешного продвижения образовательной организации в социальных сетях. Анализ госпабликов образовательных организаций с целью оптимизации стратегии ведения и продвижения официального аккаунта представляемой образовательной организации в ключевых социальных сетях.

2. Создание и оформление контента

2.1. Основные принципы концепции госпаблика образовательной организации (лекция – 2 ч.)

Лекция: концепция госпаблика - набор принципов, правил и требований, которые определяют основные направления развития и функционирования официальных страниц государственных учреждений. Основные принципы концепции: объективность и достоверность информации; открытость и прозрачность; взаимодействие с пользователями; соблюдение этики общения; постоянное обновление контента.

2.2. Требования к контенту для социальных сетей (лекция – 2 ч.)

Лекция: требования к оформлению госпаблика образовательной организации. Поиск инфоповода. Правила написания текстов на официальных сайтах и в социальных сетях организации. Значение хэштегов при публикации контента. Подготовка и обработка фото- и видеоконтента к публикациям.

2.3. Создание и включение интерактивного контента (практическое занятие – 4 ч., самостоятельная работа – 2 ч.)

Практическая работа: изучение цифровых ресурсов для создания интерактивного контента. Создание интерактивного контента: опросов, интерактивных досок, плакатов, видео, инфографики, QR-кодов. Возможности нейросетей в создании контента. Создание и ведение рубрик.

Самостоятельная работа: разработка и включение интерактивного медиаконтента по определённой тематике в соответствии со стратегией ведения и продвижения официального аккаунта представляемой образовательной организации.

3. Создание и развитие сообщества в социальных сетях (практическое занятие – 2 ч., самостоятельная работа – 2 ч.)

Практическая работа: способы привлечения и коммуникации с аудиторией, анализ способов привлечения и коммуникации с аудиторией в социальных сетях с помощью интересного, полезного контента: VK-клипов и VK-историй, проведения конкурсов, марафонов, акций; обратной связи и взаимодействия с аудиторией и т.д.

Самостоятельное задание: разработать анонс медиасобытия с использованием VK-клипов и VK-историй в госпаблике образовательной организации с целью привлечения и коммуникации с целевой аудиторией.

4. Воспитательный потенциал госпаблика (лекция – 2 ч., практическое занятие – 2 ч.)

Лекция: официальный аккаунт образовательной организации как ресурс для воспитательного процесса. Привлечение к деятельности обучающихся, распределение ролей. Виды контента. Создание сложного и интересного контента, использование приемов интервью, монтажа.

Практическая работа: создание видео для публикации в госпаблике: идея, сценарий, раскадровка, сюжет.

5. Итоговая аттестация (практическое занятие – 2 ч.)

Практическая работа: разработка и презентация медиапродукта.

Раздел 3. Формы аттестации и оценочные материалы **Текущий контроль**

Раздел программы: 1.2. Критерии успешного продвижения образовательной организации в социальных сетях.

Форма: Практическая работа

Описание, требования к выполнению:

Практическая работа состоит из определения критериев успешного продвижения образовательной организации в социальных сетях путем анализа госпабликов образовательных организаций. К таким критериям можно отнести:

- соответствие госпаблика требованиям и рекомендациям;
- внешний вид и оформление госпаблика;
- количество подписчиков и активность пользователей;
- качество и разнообразие контента;
- использование хэштегов и ключевых слов;
- взаимодействие с аудиторией и обратная связь;
- присутствие и активность администрации в сообществе;
- отзывы и оценки пользователей и т.д.

Критерии оценивания:

Оценивание: по форме зачтено / не зачтено. При оценивании учитывается соответствие следующим требованиям:

- определено менее 4 критериев успешного продвижения образовательной организации в социальной сети – 1 балл,
- определено более 4 критериев успешного продвижения образовательной организации в социальной сети – 2 балл,
- анализ госпабликов образовательных организаций проведен по 4 и менее критериям – 1 балл,
- анализ госпабликов образовательных организаций проведен по 5 и более критериям – 2 балл.

Для получения оценки «зачтено» необходимо набрать не менее 3 баллов.

Примеры заданий:

Слушателям дается задание определить критерии успешного продвижения образовательной организации в социальных сетях и проанализировать несколько госпабликов образовательных организаций по установленным ранее критериям.

Количество попыток: не ограничено

Раздел программы: 2.2. Требования к контенту для социальных сетей

Форма: Тестирование

Описание, требования к выполнению: Тестирование включает 10 заданий: из них - 7 заданий с одним и множеством вариантов ответа, 2 задания с открытым ответом и задание на установление последовательности правильных ответов. Задания теста позволяют

проверить знание компонентов и показателей компетентности специалиста в области создания и оформления контента для госпаблика образовательной организации. Время на выполнение задания: 0,5 ч.

Критерии оценивания: Оценивание: зачет/незачет. Каждый верный ответ оценивается в 1 балл. Тестирование пройдено успешно, если правильно выполнено не менее 60 % заданий (набрано не менее 6 баллов).

Примеры заданий:

Пример задания с одним вариантом правильного ответа

Специальная отметка, подтверждающая подлинность официального сообщества ОО – это:

- 1) хэштег;
- 2) госорганизация;
- 3) госуслуги;
- 4) госпаблик.

Пример задания с множеством вариантов правильного ответа

Определите правила эффективного размещения поста в социальных сетях:

- 1) хороший пост начинается с яркого заголовка;
- 2) чем больше смайликов используется при написании поста, тем лучше;
- 3) при написании поста информацию рекомендуется разбивать на 3-4 абзаца;
- 4) лучшее время для выпуска поста – полночь;
- 5) для распределения записей по темам и рубрикам рекомендуется использовать хэштеги.

Пример задания с открытым вариантом ответа

Для чего в госпабликах нужны виджеты со ссылками на платформы обратной связи?

Пример задания с установлением последовательности правильных ответов

Определите последовательность этапов написания текста для социальных сетей:

1. Разработка структуры текста (введение, основная часть, заключение).
2. Определение темы и идеи текста.
3. Сбор информации и исследование темы.
4. Оформление текста в соответствии с требованиями госпаблика.
5. Проверка орфографии и пунктуации.
6. Публикация текста.
7. Написание черновика текста.
8. Редактирование и корректировка текста.

Количество попыток: не ограничено

Раздел программы: 2.3. Создание и включение интерактивного контента

Форма: Практическая работа

Описание, требования к выполнению:

Практическая работа предусматривает выпуск поста на определённую тематику с включением интерактивного контента (опроса, видео, виртуальной доски, плаката, инфографики, QR-кода и т.д.)

Критерии оценивания:

Обобщенные критерии оценивания:

1. Используются изученные цифровые ресурсы для создания интерактивного контента (4 балла).
 2. Пост соответствует всем требованиям к оформлению (3 балла).
 3. Пост соответствует выбранной теме, интересен и информативен (3 балла).
- Зачет (6-10 баллов) / Незачет (0-5 баллов)

Примеры заданий:

Напишите текст поста, посвященного Дню матери. Разработайте интерактивный контент (опрос, видео, виртуальную доску, плакат, инфографику, QR-код и т.д.) на основе изученных цифровых ресурсов. Дополните пост интерактивным контентом.

Количество попыток: не ограничено

Раздел программы: 3. Создание и развитие сообщества в социальных сетях

Форма: Практическая работа

Описание, требования к выполнению:

Практическая работа предусматривает разработку анонса медиасобытия с использованием VK-клипов и VK-историй в госпаблике образовательной организации с целью привлечения и коммуникации с целевой аудиторией.

Критерии оценивания:

Обобщенные критерии оценивания:

1. Сформулирована идея медиасобытия, реализуемого посредством госпаблика образовательной организации (4 балла).

2. Разработан интерактивный контент по теме медиасобытия (3 балла).

3. Продуманы способы обратной связи с участниками медиасобытия (3 балла).

Зачет (6-10 баллов) / Незачет (0-5 баллов)

Примеры заданий:

Разработайте анонс медиасобытия, посвященному окончанию учебного года. Продумайте оригинальную идею, сопровождающий интерактивный контент (опрос, видео, виртуальную доску, плакат, инфографику, QR-код, VK-клипы, VK-истории и т.д.) и способы обратной связи с участниками медиасобытия.

Количество попыток: не ограничено

Раздел программы: 4. Воспитательный потенциал госпаблика

Форма: Практическая работа

Описание, требования к выполнению:

Практическая работа предусматривает разработку одного из видов контента (информационный, вовлекающий, образовательный, событийный) с распределением ролей и создание видео для публикации в госпаблике.

Критерии оценивания:

Обобщенные критерии оценивания:

1. Соответствие видео его назначению (4 балла).

2. Качество видеоконтента (3 балла).

3. Уникальность видео (3 балла).

Зачет (6-10 баллов) / Незачет (0-5 баллов)

Примеры заданий:

Создайте видеоролик для публикации в соцсетях, распределив роли между членами группы, в соответствии с определенным видом контента: информационный, вовлекающий, образовательный, событийный.

Количество попыток: не ограничено

Итоговая аттестация

Форма: разработка и защита медиапродукта

Описание, требования к выполнению: Итоговая аттестация проводится в формате презентации анонса медиасобытия и способов его продвижения проекта с помощью госпаблика образовательной организации.

Критерии оценивания: Работа оценивается по критериям:

1) актуальность идеи медиасобытия (1 балл);

2) его новизна, оригинальность, практическая значимость, возможность использования опыта в практике (4 балла);

3) эффективность и обоснованность предлагаемых способов продвижения; логичность, последовательность, грамотность (4 балла);

4) структура, качество оформления (2 балла);

5) умение автора презентовать свою работу (3 балла).

Итоговая аттестация пройдена, если слушатель представил идею медиасобытия, способы его продвижения с помощью госпаблика образовательной организации и набрал не менее 6 баллов.

Примеры заданий: Представьте концепцию медиасобытия в своей образовательной организации и способы его продвижения проекта с помощью официального аккаунта в социальных сетях.

Общие требования к структуре медиасобытия:

- описание проблемы и обоснование актуальности;
- ключевая идея решения проблемы;
- цель и задачи медиасобытия;
- ресурсы необходимые для реализации медиасобытия;
- способы продвижения медиасобытия;
- способы обратной связи с участниками медиасобытия;
- ожидаемые результаты.

Количество попыток: не ограничено

Раздел 4. Организационно-педагогические условия реализации программы

4.1. Организационно-методическое и информационное обеспечение программы

Нормативные документы

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы».
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.05.2015 № 996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».
4. Федеральный закон от 14.07.2022 г. № 270-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» и статью 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации»
5. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 02.12.2019 № 649 «Об утверждении Целевой модели цифровой образовательной среды».
6. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 31.05.2021 № 287 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования».
7. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.05.2012 года № 413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего (полного) общего образования».

Литература

1. «MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность»: материалы V Международной научной конференции (Челябинск, 24–25 ноября 2020 года): Часть 2 / под ред. А. А. Морозовой: Челябинский государственный университет. Челябинск: Изд-во Челябинского государственного университета, 2020. 428 с.

2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 345 с. (Высшее образование).
3. Скокова, А. Н. Особенности предоставления информации о деятельности органов публичной власти посредством социальных сетей: реализация федерального закона о госпублицах / А. Н. Скокова // Современный ученый. – 2023. – № 5. – С. 348-353. – EDN ODCAPT.6. Макарова Н. Я. Современное медиаобразование: учебно-методическое пособие / Н. Я. Макарова, В. И. Ярных. Москва: Знание-М, 2021. 154 с.
4. Медиапотребление «цифровой молодежи» в России: монография / под ред. Д. В. Дунаса. – Москва: Факультет журналистики МГУ: Издательство Московского университета, 2021. 406 с.
5. Методические рекомендации «Медиаобразование как ресурс профессиональной ориентации детей и молодежи» / авт.-сост. М. В. Кузьмина. Киров: ИРО Кировской области, 2020. 60 с.
6. Мурюкина Е. В. Медиаобразовательные технологии в реализации образовательных программ: учебное пособие / Е. В. Мурюкина; под ред. Т. Н. Владимировой. Москва: МПГУ, 2021. 144 с.
7. Олешко, В. Ф., Олешко Е. В. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та; СПб.: Алетейя, 2021. 472 с.
8. Сергеева, К. А. Официальные страницы государственных органов в социальных сетях: отражение в медиаповестке / К. А. Сергеева // Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей: Материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых исследователей, аспирантов и студентов, Белгород, 12–14 апреля 2023 года / Науч. редакторы Е.А. Кожемякин, А.В. Полонский, С.В. Крюкова, А.В. Белоедова. – Белгород: Общество с ограниченной ответственностью "Космос", 2023. – С. 294-298
9. Федоров, А. В. Медиаобразование: история и теория: учебное пособие / А. В. Федоров. 2-е изд. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 796 с. 14. Ярных В. И. Инструменты и технологии медиаобразования в повышении медийно-информационной грамотности педагогов в корпоративных коммуникациях образовательной организации: учебно-методическое пособие / В. И. Ярных, К. К. Онучина. Москва: МПГУ, 2019. 60 с.

Электронные обучающие материалы

Информационно-образовательная среда СДО Moodle <https://sdo.kirovipk.ru/moodle/>

Интернет-ресурсы

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
"КонсультантПлюс"	http://www.consultant.ru
«Академия госпублицов» Видеокурс от АНО «Диалог регионы»	https://edu.dialog-regions.ru/gospublic
Проектно-учебная лаборатория медиакоммуникаций в образовании ВШЭ	https://cmd.hse.ru/education/

Опросникум – создание форм, опросов, анкет, кроссвордов	https://quick.apkpro.ru/
Виртуальная доска	https://trello.com/ru
Виртуальный плакат	https://www.thinglink.com/
Яндекс формы	https://forms.yandex.ru/
Инфографика	https://piktochart.com/
Генератор QR-кодов	https://qr-online.ru/
Векторные иконки и стикеры	https://www.flaticon.com/ru/

4.2. Материально-технические условия реализации программы

Технические средства обучения

Перечень необходимых технических средств обучения, используемых в учебном процессе для освоения программы повышения квалификации:

- информационная среда платформы дистанционного обучения КОГОАУ ДПО «ИРО Кировской области» <https://sdo.kirovipk.ru/moodle/>;
- стационарные компьютеры, ноутбуки, проектор, экран;
- программы для подготовки и просмотра текстовых документов, электронных таблиц, компьютерных презентаций, цифровых видео, файлов с расширением pdf, jpeg, jpg;
- колонки, камера, микрофон (для осуществления онлайн консультирования обучающихся, при необходимости);
- возможность выхода в сеть Интернет для работы в системе дистанционного обучения, использования материалов, размещенных на внешних информационных ресурсах, возможность использования облачных технологий.