

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ,
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
«РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ВЫЯВЛЕНИЯ, ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ
СПОСОБНОСТЕЙ И ТАЛАНТОВ У ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ «ОРИОН»
(ГАУ ДО ВО «Региональный центр «Орион»)

РЕКОМЕНДОВАНА
Экспертным советом
ГАУ ДО ВО «Региональный центр»
«Орион»

УТВЕРЖДАЮ
Директор
ГАУ ДО ВО «Региональный
центр «Орион»

Протокол № 5
от «30» июня 2020 г.



Н.Н. Голева

«ИнстаШкола»

дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа
(с применением дистанционных образовательных технологий
и электронного обучения)

Направленность: социально-педагогическая

Профиль: информационно-коммуникационные
технологии

Возраст участников программы: 12-18 лет

Срок реализации программы: 28 часов

г. Воронеж
2020 г.

Пояснительная записка

С каждым годом растет число людей, подписывающихся на социальные сети и использующих их. За пять лет число пользователей интернет превысило 2 миллиарда и продолжает расти и в 2020 году.

Отчет от Datareportal (<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>) говорит, что более 4,5 миллиарда человек пользовались Интернетом в начале 2020 года. Активные пользователи социальных сетей превысили 3,8 миллиарда человек. Исследования Global Webindex (<https://www.globalwebindex.com/>) показали, что пользователи Интернета тратят в среднем 2 часа и 24 минуты в день на работу в социальных сетях в среднем пользуются 8 социальными сетями и приложениями для обмена сообщениями.

Сети различаются по целевой аудитории, на их рейтинг популярности влияет географическое положение, экономическое и культурное развитие населения и ещё целый ряд признаков. Тем не менее социальные сети не теряют общей популярности и все ещё развиваются.

В настоящее время социальные сети формируют сейчас общественное мнение, что обуславливает необходимость создания условий, предоставляющих возможности и ресурсы для дополнительного образования, профессионального роста, самореализации и обмена идеями молодых людей, интересующихся инициативной журналистикой (журналистикой в Интернет, SMM).

Лучшей формой обучения в таком случае становятся очное обучение с элементами дистанционного или дистанционное обучение на основе самих социальных сетей.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «ИнстаШкола» даёт возможность обучающимся не только создать, но и правильно вести свои аккаунты в социальной сети Instagram, основываясь на основные составляющие использования социальных сетей (продвижение, управление репутацией, поддержка аудитории, мониторинг и аналитика).

Инстаграм молодая социальная сеть, которая появилась в 2010 году. Изначально это была простая программа для устройств фирмы Apple. С ее помощью прогрессивная молодежь делилась небольшими фотоснимками на своей персональной страничке. Затем был добавлен редактор для обработки изображений, вышли новые версии для гаджетов на iOS и Android. Функционал увеличивался и продолжает расширяться с каждым годом. На сегодняшний день Instagram – это полноценная социальная сеть, в которой можно делиться разнообразными материалами, общаться с друзьями, вести бизнес-страницу. Его также часто называют фотосетью, потому что основной контент здесь – фотографии.

В процессе обучения по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «ИнстаШкола» слушатели узнают, что такое целевая аудитория, контент-планирование, познакомятся с языком и форматами трансляции информационных материалов, разнообразием контента, способах привлечения и взаимодействия с аудиторией, способами подготовки материалов к публикациям и оформлению публикаций, научатся делать качественный фото и видео контент, продвигать свой аккаунт.

Занятия по программе будут способствовать интеллектуальному и эстетическому развитию детей и подростков, развивать их творческий потенциал с учётом индивидуальных способностей и запросов.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «ИнстаШкола» относится к *социально-педагогической направленности*, разработана с учётом возрастных, психологических и иных особенностей индивидуального развития обучающихся.

Область деятельности обучающегося включает: фото и видео журналистику, графический дизайн, PR, smm.

Целью изучения программы «ИнстаШкола» является овладение обучающимися комплекса соответствующих компетенций, дающих возможность и способность к самостоятельной деятельности в области smm (в частности, в социальной сети Instagram).

Актуальность дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «ИнстаШкола» обуславливается осязаемым интересом к области smm на медиа рынке высококвалифицированных специалистов, готовых к подготовке уникального контента и реализации управленческих задач в условиях цифровой медиа среды и новых технологий производства контента.

Задачи программы:

1. Обучающие:

- дать основы теоретических знаний и практических навыков в области социальных сетей (понятие целевой аудитории, контент-планирования, разнообразия мультимедийного контента, способов привлечения и взаимодействия с аудиторией, способов подготовки материалов к публикациям и оформления публикаций, возможности рекламы, правила безопасности использования социальных сетей);

- дать основы PR в соцсетях;

- сформировать принципы управления репутацией;

- научить приёмам коммуникации (ведения диалога, ответов на комментарии) с аудиторией социальной сети;

- научить основным приёмам мониторинга и аналитики социальных сетей;

- научить обрабатывать и использовать социально значимую информационную

продукцию различных форматов (текст, фото, видео, аудио, графика) в социальных сетях;

- отработать умения исследовательской деятельности, сопряженной со сферой smm;
- дать основы выбора и формулирования темы актуальной публикации,

предназначенной для размещения в социальной сети.

2. Развивающие:

- содействовать развитию логического мышления и памяти;
- развивать умение анализировать, обобщать, классифицировать и систематизировать;
- содействовать развитию внимания, речи, коммуникативных способностей;
- развивать умение работать в режиме творчества;
- развивать умение принимать нестандартные решения в процессе поиска интересной

темы.

3. Воспитательные:

- пробудить интерес к культурным событиям, происходящим в мире, области, городе, школе;

- содействовать формированию гуманистических ценностей и эстетического вкуса;
- способствовать формированию ответственного отношения к происходящему вокруг;
- способствовать становлению активной жизненной позиции;
- способствовать формированию лидерских качеств;
- способствовать формированию адекватной самооценки и оценки окружающих;
- содействовать воспитанию культуры общения в сети Интернет.

В результате успешного освоения дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «ИнстаШкола» обучающийся должен:

1. Знать:

- специфику и особенности социальной сети Instagram;
- знать функционал и инструментарий социальной сети;
- специфику целевой аудитории социальной сети;
- знать приёмы привлечения целевой аудитории социальной сети и подготовку специальных мероприятий (челленджи, опросы, конкурсы, голосования, отзывы и т.д.);
- знать приёмы коммуникации (ведения диалога) с аудиторией социальной сети;
- способы построения контент-планов;
- специфику smm текста, иллюстрации к посту, фотографии, мема, инфографики, как продукта профессиональной деятельности;
- знать основные приёмы мониторинга и аналитики социальных сетей;
- знать принципы продвижения социальной аккаунта в социальной сети (PR);
- знать принципы работы хештегов и ссылочной навигации;

- знать основы безопасного использования социальной сети.

2. Уметь:

- создавать и вести аккаунт в социальной сети Instagram;
- определять актуальность событий и явлений общественной жизни для реализации в социальной сети;
- сохранять и обрабатывать полученную информацию с помощью редакторов цифровой обработки;
- планировать выход контента социальной сети;
- создавать различный контент для социальной сети - текст (пост), иллюстрацию к посту, опросы, голосования, афиша, сторис, прямая трансляция;
- анализировать структуру социальной сети, их особенности и возможности во взаимоотношении с обществом;
- оформлять графически аккаунт в Instagram;
- уметь вести диалог с читателями социальной сети;
- уметь добавлять, удалять и блокировать подписчиков;
- уметь работать с черными списками;
- уметь работать с приглашениями, рассылками;
- уметь работать с ботами;
- уметь пользоваться всем функционалом социальной сети;
- уметь организовывать прямую трансляцию или вести подкаст;
- уметь устанавливать и работать с дополнительными приложениями;
- пользоваться смартфоном для полной подготовки материалов smm;
- выявлять специфику методики анализа явлений, интерпретировать комментировать факты и события, ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; вести диалог или полемику.

3. Владеть:

- поиском информации в глобальной сети Интернет;
- навыками создания и продвижения аккаунта в социальной сети;
- устойчивыми навыками подготовки и создания материалов в социальных сетях;
- навыками использования концепций работы с целевой аудиторией в качестве теоретической базы исследования;
- навыками использования программных средств и работы в компьютерных сетях, использования ресурсов Интернета; владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- инструментарием работы smm-менеджера: прогнозированием и планированием

развития социальной сети, способами выпуска различных видов контента, разновидностями коммуникаций с читателями, навыками борьбы с троллями и ботами; PR технологиями в применении к smm.

Отличительные особенности данной программы.

Новизна программы заключается в том, что на сегодняшний день она практически не имеет аналогов для сравнения с другими образовательными программами по данной направленности, так как рассчитана на школьников, имеющих опыт использования социальных сетей и не имеющих опыта подготовки контента для трансляции в социальной сети.

Срок реализации программы: Программа рассчитана на 28 часов. Программа рассчитана на проведение очных или дистанционных теоретических и практических занятий с обучающимися в возрасте 13-18 лет.

Критерии отбора обучающихся: на занятия по данной программе принимаются обучающиеся в возрасте 13-18 лет, увлеченные инициативной журналистикой и желающие изучить более углубленно технологии smm. При приёме учитывается результат участия в различных региональных конкурсных мероприятиях фото, видео и журналистикой направленности, а также участие в работе школьных медиа и видео студиях, редакциях.

Используемые формы обучения: форма занятий – с использованием дистанционных технологий.

Дистанционные формы обучения:

- дистанционные мастер-классы;
- вебинары;
- онлайн тестирование;
- онлайн общение (общение в чате, аудио общение - подкаст, видео общение - прямой эфир, стрим, совместная работа - виртуальный класс);
- видео уроки;
- аудио уроки;
- практическая работа.

Возраст: группы обучающихся смешанные 13-18 лет.

Количество обучающихся: Участники программы формируются по группам по 10 – 15 человек.

Обучающиеся осваивают следующие типы деятельности: исследовательский, творческий, проектный, практический, а также познавательный, информационно-коммуникативный и рефлексивный.

Формы педагогического контроля.

Целью контроля ставится совпадение результатов изученного материала с целью образовательного процесса и задачами.

Задачи контроля:

- определение фактического состояния обучающегося в данный момент времени;
- прогнозирование состояния обучающегося на предстоящий период времени;
- определение причин выявленных отклонений обучающегося от заданных параметров программы.

Оценивая знания, умения и навыки учащихся контролируются:

- уровень предусмотренных программой теоретических знаний;
- качество выполнения практических работ;
- умение пользоваться инструментами, правильная организация рабочего места, соблюдение правил техники безопасности;
- степень самостоятельности в работе;
- время, затраченное на выполнение работы.

По результатам контроля учебная программа может быть скорректирована. Результаты оценивания обучающихся представляются в форме рейтингования.

Виды контроля:

- предварительный (выявляет исходный уровень подготовки);
- текущий (выявляет степень усвоения учебного материала, уровень подготовки к занятиям, заинтересованность);
- итоговый (выявляет степень достижения результатов, закрепление знаний).
- прогнозирующий (выявляет процесс получения опережающей информации о перспективах воспитанников).

Защита творческих работ/проектов - форма итогового контроля, которая проводится с целью определения уровня усвоения содержания образовательной программы, степени подготовленности к самостоятельной работе, выявления наиболее способных и талантливых детей.

Учебный план дополнительной общеразвивающей общеобразовательной программы «ИнстаШкола»

| № | Темы | Количество часов (теория) | Количество часов (практика) | Форма контроля |
|----|--|---------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. | Целевая аудитория, сегментация целевой аудитории, аватары клиента. | 2 | 2 | Составить аватары целевой аудитории |

| | | | | |
|--------|---|----|----|-------------------|
| 2. | Работа с контентом. Составление контент – плана. Виды контента. | 2 | 2 | Творческая работа |
| 3. | Работа с аудиторией. | 2 | 2 | Творческая работа |
| 4. | Видео –контент. | 2 | 2 | Творческая работа |
| 5. | Ведение аккаунта. Основные принципы. Оформление шапки профиля. | 2 | 2 | Творческая работа |
| 6. | Продвижение в Инстаграм. Повышение охвата постов. Основные инструменты привлечения подписчиков. | 2 | 2 | Творческая работа |
| 7. | Защита проектов. | | 4 | Защита проектов |
| Итого: | | 12 | 16 | |
| Всего: | | 28 | | |

Тема 1. Целевая аудитория.

Теоретическая часть: специфика целевой аудитории Instagram, сегментация целевой аудитории, аватары клиента.

Практическая часть: творческая работа «*Портрет аудитории*».

Тема 2. Контент-планирование.

Теоретическая часть: Составление контент – плана. Виды контента (обзоры, УТП, ценовые посты, распаковка, интро, снятие возражений, кейсы, советы по выбору, мастер – классы, чек-листы, подборки, инсайты. Формула сильного поста.

Практическая часть: составление интеллектуальной контент-карты аккаунта на неделю, написание поста-приветствия.

Тема 3. Работа с аудиторией.

Теоретическая часть: Как вовлекать аудиторию в свой паблик с помощью контента (бесплатные и платные способы привлечения).

Практическая часть: создание поста, работа с аудиторией.

Тема 4. Видео –контент.

Теоретическая часть: Видео –контент паблика (видео, сторис, прямой эфир). Создание масок для сторис.

Практическая часть: творческая работа с видео-контентом.

Тема 5. Ведение аккаунта.

Теоретическая часть: Основные принципы ведения паблика. Оформление шапки профиля. Самопрезентация. Актуальное.

Практическая часть: творческая работа оформление личного паблика.

Тема 6. Продвижение в Instagram.

Теоретическая часть: продвижение аккаунта в Инстаграм. Основные инструменты привлечения подписчиков (конкурсы, марафоны, взаимный пиар, таргетированная реклама, попадание в рекомендации).

Практическая часть: творческая работа.

Тема 7. Демонстрация созданных в Instagram аккаунтов.

Теоретическая часть: итоговое занятие. Закрепление пройденного материала. Зачем надо продвигать аккаунт в Instagram, как правильно заполнить шапку профиля, какой должен быть визуальный ряд, как выбирать хэштеги, зачем нужна геолокация, как сделать аккаунт уникальным.

Практическая часть: защита проектов.

Литература для педагога

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. Ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. ISBN 978-5-7741-0267-9
 2. Амзин А. Новостная интернет - журналистика. - М.: Аспект Пресс, 2011.
 3. Джон Хеджкоу Copyright. Свет и Цвет. 2005., Влад Мержевич.
 4. Дьякова Е.Г. Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? - Екатеринбург, 2001.
 5. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 440 с. ISBN 978-5-9614-6526-6
 6. Сенаторов А. А. Как запустить канал, привлечь читателей и заработать на контенте. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 160 с, ил. ISBN 978-5-9614-1485-1
 7. Сьюзан Уэйншенк. 100 новых главных принципов дизайна. Как удержать внимание. — СПб.: Питер, 2016., 288 с. ил. ISBN 978-5-496-02239-2
 8. Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Воронеж: Кварта, 2001—320 с.
 9. Тулупов, В.В. Уроки журналистики: учеб, пособие для вузов / В.В. Тулупов. - 2е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 105 с. - (Серия: Открытая наука). - ISBN 978-5-534-09228-8
 10. Черных А.А. Мир современных медиа. — М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 312 с.
- И. Шкондин М.В., Вычуб Г.С., Фролова Т.П. Проблематика СМИ: информационная повестка дня / Под ред. Шкондина, Вычуба, Фроловой. - М: Аспект-пресс, 2008. - 316 с.

Литература для обучающихся

1. Бабаев А., Евдокимов И, Иванов А. Контекстная реклама. Питер, СПб, 2011 - 304 с.; ISBN 978-5-459-00335-2
2. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст - М.: Альпина Паблишер, 2018.-440 с. ISBN 978-5-9614-6526-6
3. Каплунов Д А., Бизнес копирайтинг. Как писать серьезные тексты для серьезных людей - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.-400 с. ISBN 978-5-00057-471-3
4. Лукина М.М. Технология интервью. Учебное пособие. - М., 2008.
5. Сенаторов А.А. Как запустить канал, привлечь читателей и заработать на контенте. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 160 с, ил. ISBN 978-5-9614-1485-1
6. Слободянюк, Э. Клад для копирайтера. Технология создания захватывающих текстов -М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.-240 с. ISBN 978-5-91657-826-3
7. Хэгерти Дж. О креативности: Здесь нет правил. Пер. Андреев А. — М.: Эксмо, 2016. — 128 с.: ил. ISBN 978-5-699-76415-0
8. <https://netology.ru/blog>