

Министерство культуры Иркутской области



Государственное бюджетное учреждение культуры
Иркутская областная государственная универсальная научная библиотека
им. И. И. Молчанова-Сибирского

Принята на заседании методической
службы ГБУК ИОГУНБ
от «05» октября 2023 г.
Протокол № 8

Утверждена приказом ГБУК ИОГУНБ
от «06» октября 2023 г.
№ 173-1-д

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Программа повышения квалификации

Коммуникация в блогах и социальных сетях. Инструменты и технологии
(наименование программы)

Категория слушателей специалисты библиотек, музеев, иных учреждений культуры

Трудоемкость программы _____ 32 часа _____

Срок освоения программы _____ 10 рабочих дней _____

Форма обучения _____ очная _____

Режим занятий _____ 3-4 академических часа в день _____

Иркутск 2023 г.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации направлена на совершенствование и/или получение профессиональных компетенций специалистов библиотечно-информационной сферы, имеющих среднее или высшее профессиональное образование.

1.2 Нормативные документы, регламентирующие разработку дополнительной образовательной программы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499;
- Устав ГБУК ИОГУНБ;
- Локальные нормативные акты ГБУК ИОГУНБ, регламентирующие образовательную деятельность по дополнительным образовательным программам.

Программа повышения квалификации разработана с учетом требований:

- Профессионального стандарта «Специалист по библиотечно-информационной деятельности», утвержденного приказом Министерства труда и социальной занятости Российской Федерации от 11.09.2022 №527н;
- Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность» (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 г. №1182 (ред. от 08.02.2021);
- Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников культуры, искусства и кинематографии», утвержденных приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 августа 2010 г. № 761н.

1.3. Область применения программы

Настоящая программа предназначена для повышения квалификации специалистов библиотечно-информационной деятельности или может быть использована как учебный модуль дополнительной образовательной программы профессиональной переподготовки по квалификации «Специалист по библиотечно-информационной деятельности».

Настоящая программа предназначена для повышения квалификации специалистов библиотечно-информационной деятельности или может быть использована как учебный модуль дополнительной образовательной программы

1.4. Требования к уровню подготовки обучающихся, необходимому для освоения программы дополнительного профессионального образования – программы повышения квалификации:

К освоению программы повышения квалификации допускаются:

- 1) лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- 2) лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.5. Цель и планируемые результаты освоения программы

Цель: формирование системного подхода к продвижению учреждения культуры в социальных сетях через освоение инструментов медиакommunikаций

Задачи:

1. Рассмотреть возможности проектного подхода к созданию коммуникационной стратегии;
2. Изучить системный подход к медиапланированию;
3. Ознакомиться с инструментами создания контента и работы с текстами;
4. Овладеть основными аналитическими инструментами для работы в социальных сетях.

Программа повышения квалификации направлена на формирование (совершенствование) следующих профессиональных компетенций:

ПК-1: готовность формировать контент, в том числе медиаконтент, библиотечных сайтов/порталов и социальных сетей с учетом потребностей пользователей библиотеки;

ПК-2: готовность использовать методику и элементы веб-аналитики для анализа соответствия структуры, контента и навигации библиотечного сайта потребностям пользователей библиотеки;

ПК-3: готовность использовать технологии работы с цифровым контентом библиотек, в том числе сайтом, аккаунтом и группами в социальных сетях;

ПК-4: способность использовать методики создания и редактирования информационного контента для библиотечных сайтов/порталов и социальных медиа;

ПК-5: способность анализировать результативность библиотечного сайта/портала, библиотечного аккаунта в социальных сетях с целью определения их соответствия потребностям пользователей библиотеки.

Планируемые результаты:

В результате освоения данной программы слушатель должен **знать**:

- особенности применения проектного подхода к созданию коммуникационной стратегии;
- основы сотрудничества и продвижения за счет партнерства;
- ограничения и возможности разных видов площадок, особенности работы с ними, технические приёмы работы на разных площадках;
- основы редакционной политики и редактуры текстов;
- базовые инструменты редакторов текстов;
- основы низкобюджетных стратегий продвижения;
- базовые понятия, принципы, инструменты работы с сообществом.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации слушатель должен **уметь**:

- формулировать цель и разбивать ее на задачи, отслеживать реализацию задач и описывать результат;
- оценивать конкурентов, составлять список потенциальных конкурентов;
- описывать потенциального посетителя/читателя с помощью метода персонажа;
- составлять матрицу контента, разбираться в типах и форматах публикаций;
- повторно использовать публикации, созданные ранее;
- создавать контент из инфоповодов, пользовательских историй, ситуативных поводов;
- создавать и заполнять таблицы в гугл-таблицах, работать над документом в командах;
- различать негативные отзывы и реагировать адекватно на разные типы комментариев;
- формулировать ключевые показатели эффективности для кампаний и событий.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы повышения

квалификации слушатель должен иметь **практический опыт:**

- редактирования и оформления текстов;
- сбора и анализа аналитики.

1.6. Документ о квалификации

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаются удостоверения о повышении квалификации.

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования удостоверение о повышении квалификации выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании и о квалификации.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

№	Наименование и содержание учебного модуля	Обязательные учебные занятия, час.			Самостоятельная подготовка	Формы промежуточной аттестации
		всего часов	в том числе			
			лекции	практические занятия		
1.	Знакомство, постановка целей и формулирование задач на курс	2	1	1	-	
2.	Коммуникационная стратегия: цели, задачи, ожидаемые результаты	4	2	2	-	
3.	Анализ конкурентной среды	3	1	2	-	
4.	Выбор площадок: особенности и возможности	4	2	2	-	
5.	Подходы к медиапланированию	4	2	2	-	
6.	Создание контента: технология	3	1	2	-	
7.	Внешние ресурсы: безбюджетное продвижение, партнёрство, взаимопиар	3	1	2	-	
8.	Внутренние ресурсы	3	1	2	-	
9.	Работа с негативом, аналитика и проверка успешности коммуникации	3	1	2	-	
10.	Итоговая аттестация	3	-	3	-	Защита проекта
Итого		32	12	20	-	

*Промежуточная аттестация проводится за счет времени, отведенного на изучение модуля

2.2. Календарный учебный график

№	Наименование и содержание учебного модуля	День	Обязательные учебные занятия, час.		Самостоятельная работа
			лекции	практические занятия	
1.	Знакомство, постановка целей и формулирование задач на курс	1	1	1	-
2.	Коммуникационная стратегия: цели, задачи, ожидаемые результаты	2	2	2	-
3.	Анализ конкурентной среды	3	2	2	-
4.	Выбор площадок: особенности и возможности	4	2	2	-
5.	Подходы к медиапланированию	5	2	2	-
6.	Создание контента: технология	6	1	2	-
7.	Внешние ресурсы: безбюджетное продвижение, партнёрство, взаимопиар	7	1	2	-
8.	Внутренние ресурсы	8	1	2	-
9.	Работа с негативом, аналитика и проверка успешности коммуникации	9	1	2	-
	Итоговая аттестация	10	-	2	

2.3. Содержание учебных модулей (разделов)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА «КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ»

1. Объем учебного модуля и виды учебной работы

Виды занятий	Кол-во учебных часов
Лекции	12
Практические занятия	20
Самостоятельная работа	
Всего	32

2. Пояснительная записка

Цель изучения: сформировать знания о системном подходе к продвижению учреждения культуры в социальных сетях через освоение инструментов медиакommunikаций

После освоения учебного модуля у слушателей будут сформированы **знания о:**

- проектном подходе к созданию коммуникационной стратегии;
- основах сотрудничества и продвижения за счет партнерства;
- ограничения и возможности разных видов площадок, особенности работы с ними, технические приёмы работы на разных площадках;
- основах редакционной политики и редактуры текстов;
- базовых инструментах редакторов текстов;
- основах низкобюджетных стратегий продвижения;
- базовых понятиях, принципах, инструментах работы с сообществом.

Умения:

- формулировать цель и разбирать ее на задачи, отслеживать реализацию задач и описывать результат;
- оценивать конкурентов, составлять список потенциальных конкурентов;
- описывать потенциального посетителя/читателя с помощью метода персонажа;
- составлять матрицу контента, разбираться в типах и форматах публикаций;
- повторно использовать публикации, созданные ранее;
- создавать контент из инфоповодов, пользовательских историй, ситуативных поводов;
- редактировать и оформлять тексты;
- создавать и заполнять таблицы в гугл-таблицах, работать над документом в командах;
- различать негативные отзывы и реагировать адекватно на разные типы комментариев;
- формулировать ключевые показатели эффективности для кампаний и событий;
- собирать и анализировать аналитику.

3. Тематический план и содержание учебного модуля

Тема 1. Знакомство, постановка целей и формулирование задач на курс

Лекция (1 час): Представление ведущего и участников, описание целей и задач курса, правил работы и оценки результатов. Ключевые контрольные точки, условия проверки домашних работ и допуска к защите проекта.

Практическое занятие (1 час): Формулирование собственных целей и задач на весь период обучения.

Тема 2. Коммуникационная стратегия: цели, задачи, ожидаемые результаты

Лекция (2 часа): Проектный подход к стратегии.

Практическое занятие (2 часа): Используя проектный подход к созданию коммуникационной стратегии, обозначить цель и разбирать ее на задачи, отследить реализацию задач и описать результат.

Тема 3. Анализ конкурентной среды

Лекция (2 часа): Оценка и анализ конкурентной среды, формулирование УТП проекта (ценностное сообщение музея/библиотеки), позиционирование, работа с конкурентами.

Практическое занятие (2 часа): Составить список потенциальных конкурентов за внимание, оценить возможности сотрудничества и продвижения за счет партнерства.

Тема 4. Выбор площадок: особенности и возможности

Лекция (2 часа): Специфика каналов, экосистема, исследование аудитории.

Практическое занятие (2 часа): Метод персонажа в работе с социальными сетями. Особенности площадок, ограничения и возможности, технические приемы работы на разных площадках, Описание потенциального посетителя/читателя с помощью метода персонажа.

Тема 5. Подходы к медиапланированию

Лекция (2 часа): Системный подход: контент, типы контента, составление плана публикаций, подходы к контент-планированию.

Практическое занятие (2 часа): Составление матрицы контента. Разные типы и форматы публикаций.

Тема 6. Создание контента: технология

Лекция (1 час): Редакционная политика, тексты, фото, вид, работа с контентом созданным пользователем. Практики быстрой генерации контент, информационные поводы, повторное использование контента.

Практическое занятие (2 часа): Понятие «редакционная политика». Использование публикаций, созданных ранее. Основы редактуры текстов. Создание контента из инфоповодов, пользовательских историй, ситуативных поводов.

Тема 7. Внешние ресурсы: безбюджетное продвижение, партнёрство, взаимопиар

Лекция (1 час): Низкобюджетное продвижение онлайн и очных событий: идеи, подходы, инструменты. Значение взаимопиара.

Практическое занятие (2 часа): Использование инструментов низкобюджетного продвижения в практике своей работы (на примере своего проекта).

Тема 8. Внутренние ресурсы

Лекция (1 час): Выстраивание связей, коммуникации и иерархия, деловая переписка, вовлечение коллег в работу над контентом. Распределение задачи, работа в облачных документах, подход к накоплению и систематизации контента.

Практическое занятие (2 часа): Создание и заполнение таблицы в гугл-таблицах, особенности работы над документом в командах, понимание роли, знакомство с этикой цифровых коммуникаций.

Тема 9. Работа с негативом, аналитика и проверка успешности коммуникации

Лекция (1 час): Работа с негативными отзывами в социальных сетях: основные принципы, приемы. Типология негативных отзывов и тактика реагирования.

Практическое занятие (2 часа): Основные аналитические инструменты для работы в социальных сетях: возможности платформ. Критерии эффективности, составление и анализ отчетов. Ключевые показатели эффективности для кампаний и событий.

4. Основная литература

1. Афанасенко, А. А. Блог как средство популяризации культуры чтения коммуникации с молодёжью // Журналистика, мультимедиа: информационный и социокультурный потенциал : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. – Краснодар, 2022. – С. 227–231. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49726314&selid=49726378> (дата обращения: 25.07.2022).
2. Бредихина, Я. Б. Информационно-библиографическая составляющая работы публичной библиотеки в сети «ВКонтакте» // Электронные ресурсы библиотек, музеев, архивов : информационное обслуживание в век электронных коммуникаций – 2018 : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. – Санкт-Петербург, 2018. – С. 400–412.
3. Герасименко, А. Ю. Проблемы и перспективы мобильных технологий в цифровом пространстве научных знаний в библиотеках // Библиосфера = Bibliosphere. – 2022. – № 4. – С. 56–64. – URL: <https://www.bibliosphere.ru/jour/article/view/1867> (дата обращения: 25.07.2022).
4. Гушул, Ю. В. Сервис-ориентированные технологии библиотечно-библиографического обслуживания и поддержки чтения поколения Z / Ю. В. Гушул, Е. В. Тесля // Вестник культуры и искусств. – 2018. – № 3 (55). – С. 54–63.
5. Карякин, Э. Таргет. Как рассылать письма только тем, кому надо / Э. Карякин, Д. Авдошин // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2021. – № 10. – С. 22–26.
6. Кашкаров, А. Негатив в социальной коммуникации // Личность и культура. – 2022. – № 1. – С. 20–22.
7. Кий, М. И. Взаимодействие библиотеки с пользовательской аудиторией средствами виртуальной среды // Научно-техническая информация. – 2019. – № 1. – С. 27–30.
8. Кикоть, Д. П. Библиотек мобильное зеркало, или Показания к смартфонному обходу // Современная библиотека. – 2019. – № 4. – С. 20–23.
9. Кремьянская, А. Д. Плавали – знаем: библиотеки в социальных сетях // Современная библиотека. – 2019. – № 1. – С. 38–43.
10. Ларина, М. А. Особенности подачи материала в социальных сетях (на примере профилей библиотек Сибирского региона) // Молодежный научный форум : электрон. сб. ст. по материалам I студенческой междунар. науч.-практ. конф. / Международный центр науки и образования ; ред. Н. А. Лебедева. – Москва, 2017. – С. 20–24. – URL: https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/1%281%29.pdf?ysclid=lkhq0e1drr907814143 (дата обращения: 25.07.2022).
11. Лукинова, О. Нужно ли кормить тролля, или Как работать с отзывами в соцсетях // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2018. – № 5. – С. 16–21.
12. Лебедева, А. Социальные сети и межмузейная коммуникация // Музей. – 2017. – № 2. – С. 50–52.
13. Леншина, М. Влияние, ценности, эмоции: библиотеки в поисках новых форматов // Университетская книга. – 2019. – № 10 (декабрь). – С. 62–65. – URL: <http://www.unkniga.ru/biblioteki/bibdelo/10144-vliyanie-tsennosti-emotsii-biblioteki-v-poiskah-novyh-formatov.html?ysclid=lkhp0o8ikj674107692> (дата обращения: 25.07.2022).
14. Магомедова, Н. Г. Контент муниципальной библиотеки в социальной сети / Н. Г. Магомедова // Библиотека и культурное пространство региона : (к 45-летию кафедры библиотечных и документально-информационных технологий) : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. – Пермь, 2021. – С. 365–369.

15. Михайлова, А. Как продвигать учреждение в "Телеграмме". Инструкция для руководителя // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2021. – № 11. – С. 20–23.
16. Михайлова, А. «Одноклассники». Как продвигать учреждение в соцсети // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2020. – № 5. – С. 24–27.
17. Михайлова, А. Новый тренд: эффективные онлайн-трансляции в социальных сетях : пошаговое руководство // Справочник руководителя учреждения культуры – 2018. – № 6. – С. 28–32.
18. Мишова, В. В. Библиотеки в социальных сетях: требования и практическое применение / В. В. Мишова, А. С. Ткаченко // Библиотека и культурное пространство региона : (к 45-летию кафедры библиотечных и документально-информационных технологий) : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. – Пермь, 2021. – С. 369–375.
19. Новикова Т.О. Продвижение книги и чтения в социальных медиа на примере блога "Во!круг книг" // Пятый международный интеллектуальный форум "Чтение на евразийском перекрестке" : материалы форума / науч. ред., сост. В. Я. Аскарлова, Ю. В. Гушул ; Челябин. гос. ин-т культуры и др. – Челябинск, 2019. – С. 250-257. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41449110&selid=41449189> (дата обращения: 25.07.2023).
20. Продвижение некоммерческих организаций в медиа и социальных сетях : [сб. ст.] / Медиашкола НКО, Фонд президентских грантов ; [авт.-сост. Загитова Ю.]. – Самара : Слово, 2020. – 159 с.
21. Свергунова, Н. М. Библиотеки в блогосфере: современные тенденции // Научные и технические библиотеки. – 2019. – № 24. – С. 26–36. – URL: <https://ntb.gpntb.ru/jour/article/view/419> (дата обращения: 25.07.2023).
22. Селюкова, А. А. Библиотечные блоги: содержание и специфика / А. А. Селюкова // Культурные тренды современной России: от национальных истоков к культурным инновациям : сб. докл. VI Всерос. (с международным участием) науч.-практ. конф. / Белгородский государственный институт искусств и культуры ; ответ. ред. И. Е. Белогорцева, Ю. В. Бовкунова. – Белгород, 2018. – Том 1. – С. 320–322.
23. Социальные сети : метод. пособие для специалистов учреждений культуры / [авторы-составители: О. Кудинова, А. Михайлова]. – Москва, 2019. – 140 с. – URL: <https://pro.culture.ru/blog/367> (дата обращения: 25.07.2023).
24. Тухватуллина, В. Б. Эффективная блогосфера : современные методы интернет-коммуникации // Библиотечное дело. – 2019. – № 22. – С. 19–23.
25. Уварова, Е. В. Сетевой диалог : новые инструменты продвижения библиотечных услуг // Библиотечное дело. – 2019. – № 22. – С. 16–18.
26. Ценбахт М.А. Книжные блоги как инструмент продвижения чтения в молодежной среде // Восемнадцатые Денисьевские чтения : материалы междунар. науч.-практ. конф. по библиотековедению, библиографоведению, книговедению и проблемам библио-информац. деятельности. – Орел, 2022. – С. 243-247. – URL: http://www.buninlib.orel.ru/ekoll/2022_4/den_XVIII.pdf. (дата обращения: 25.07.2023).
27. Щитко, В. С. Особенности взаимодействия общедоступных библиотек с читателями в сети Интернет / В. С. Щитко // Евразийское Научное Объединение. – 2019. – № 5 (51), май. – С. 356-358.
28. Ярцева, М. Ю. Библиотека в социальных медиа / М. Ю. Ярцева, Н. А. Туралина // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики : сб. материалов Всерос. (с международным участием) науч.-практ. конф. / Белгородский государственный институт искусств и культуры ; ответственные редакторы Ю. В. Бовкунова, С. Н. Зенин, А. А. Шакмаков, М. Е. Мережко. – Белгород, 2019. – Том 4. – С. 213–214.

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование учебного модуля в соответствии с учебным планом	Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр. с перечнем основного оборудования	Форма владения, пользования (собственность, оперативное управление, аренда и т. п.)
1	Коммуникация в блогах и социальных сетях. Инструменты и технологии	Кабинет № 204 Мультимедийный проектор LCD Epson EB-X14G – 1 шт., персональный компьютер (APM системный блок E6500+монитор LG 19") – 1 шт., столы читательские – 14 шт., с комплектом стульев – 42 шт., стол преподавательский – 1 шт., стул – 2, микшер Eurosound compact-802 – 1 шт., магнитно-маркерная доска 2200x1200 мм Magnetoplan – 1 шт., усилитель Proaudio DIO PA 360N – 2 шт., колонки – Proaudio SK-20 (4 шт.)	Оперативное управление по договору Собственность

3.2. Обеспеченность учебными материалами, техническими и электронными средствами обучения и контроля знаний

№ п/п	Наименование	Вид	Форма доступа	Кол-во
1.	Нормативно-правовые документы	Электронный	Кабинеты	6
2.	Мультимедийные презентации лекций	Электронный	Кабинеты	1
3.	Методические материалы	Электронный	Кабинеты	6

3.3. Кадровое обеспечение

В реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации задействованы специалисты ГБУК ИОГУНБ, а также преподаватели, имеющие опыт работы в организации профессиональных библиотечных/музейных мероприятий, в области цифровых коммуникаций и маркетинге культурных проектов.