Муниципальное общеобразовательное учреждение

Воздвиженская средняя школа Воскресенского муниципального округа Нижегородской области

Центр образования цифрового и гуманитарного профилей

«Точка роста»

|  |  |
| --- | --- |
| Принято  на заседании педагогического совета  от «28» августа 2024 г.  Протокол № 1 | Утверждено  приказ № 65-о  от «28» августа 2024 г. |

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа технической направленности «Менеджер социальных сетей»

Возраст обучающихся: 14-17 лет

Срок реализации: 1 год

Автор-составитель:

Горшкова Наталья Ивановна,

педагог

дополнительного образования

с. Воздвиженское, 2024

**Пояснительная записка**

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа «Менеджер социальных сетей» имеет техническую направленность и разработана для обучающихся в возрасте 14-17 лет.

SMM (Social Media Marketing, в переводе с англ. «маркетинг в социальных медиа») необыкновенно популярен в наше время и одновременно мало доступен. Продвижение проектов и образовательных программ в социальных медиа входит в число инструментов, которые, с одной стороны, эффективные, простые и малозатратные, а с другой - не так активно используются образовательными организациями. Социальные сети сегодня представляют собой некое информационное поле, которое моментально реагирует на происходящие вокруг изменения. Поэтому они подходят для того, чтобы рассказать о деятельности школы, о профессиях, которые могут получить учащиеся, о перспективах, которые перед ними открываются после определённых навыков.

**Цель программы:** получение учащимися систематизированных знаний в области социального медиа; приобретение ими компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере продвижения товаров, услуг, бренда в социальных сетях.

**Задачи программы:**

- формирование и развитие бренда;

- знакомство с принципами и методами рекламы в социальных сетях;

- знакомство с принципами и методами таргетинга;

- приобретение навыков работы в различных социальных сетях;

- приобретение навыков работы в различных средах для создания контента;

- приобретение навыков по созданию текстов для социальных сетей;

- развитие у обучающихся интереса к работе в социальных сетях;

- формирование самостоятельности и творческого подхода к решению задач, связанных с соц. сетями и рекламой;

- воспитание упорства в достижении результата;

- расширение кругозора обучающихся в области SMM и социальных сетей;

- приобретение навыков по управлению аккаунтами, сопровождением и продвижением.

**Форма обучения**: заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

**Уровень**: базовый.

**Актуальность программы**. ИзучениеSMMсвязано с развитием целого ряда таких умений и навыков, которые носят общеинтеллектуальный характер и формирование которых – одна из приоритетных задач современной школы. Не секрет, что сейчас, большинство детей проводят своё время в социальных сетях, а значит, важно привлечь учащихся к процессу созидания, а не просто проведению времени. Поэтому не использовать действительно большие возможности SMM для развития мышления школьников, формирования многих общеучебных, общеинтеллектуальных умений и навыков было бы, наверное, неправильно.

**Педагогическая значимость** данной программы заключается также втом, что в ней большое внимание уделяется исследовательской деятельности, так как многие практические задачи, встающие перед учащимися, требуют грамотного и эффективного умения распределять свою работу по времени, искать свои ошибки и анализировать работу в целом. К тому же, занятия посещают и одаренные дети и дети из семей социального риска, что положительно скажется на их воспитании, развитии, саморазвитии и самореализации.

**Новизна программы** состоит в том, что она знакомит детей не только с информационными технологиями, но и с современными мультимедийными форматами.

**Применение ДОТ**: в учебном процессе могут использоваться следующие организационные формы учебной деятельности:

- лекции с использование дистанционных образовательных технологий;

- самостоятельная работа с онлайн-ресурсами;

- самостоятельная работа с программами контроля знаний (тестами);

- индивидуальные и групповые консультации.

Занятия проводятся 2 раза в неделю по 2 академических часа в заочной форме.

1. **Учебный план**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Название раздела, темы | Количество часов | | | Формы промежуточной аттестации |
| Всего | Теория | Практика |
| 1 | Менеджер социальных сетей | 156 | 32 | 124 | Защита проекта |
|  | Всего | 156 | 32 | 124 |  |

2. **Календарный учебный график**

Дата начала реализации программы: 02.09.2024

Продолжительность реализации программы: 39 учебных недель

Количество учебных дней (занятий): 78 (2 занятия в неделю)

Каникулы: 30.12.2024 – 08.01.2025

Нерабочие дни: 04.11.2024; 01.05.2025 – 02.05.2025; 08.05.2025 – 09.05.2025; 12.06.2025 – 13.06.2025

Дата окончания реализации программы: 16.06.2025

3.**Рабочая программа**

**Планируемые результаты**

***Личностные результаты:***

**-** овладение навыками адаптации в динамично изменяющемся и развивающемся мире;

– развитие самостоятельности и личной ответственности за свои поступки, в том числе в информационной деятельности, на основе представлений о нравственных нормах, социальной справедливости и свободе;

формирование целостного мировоззрения, соответствующего современному уровню развития информационных технологий.

***Предметные результаты:***

- формирование представлений об основных предметных понятиях («SMM», «таргетинг», «контент», «продвижение») и их свойствах;

- развитие логических способностей, формирование бренда и понимание аудитории и их потребностей;

- умение создавать различные виды контента: текстовый, фото и видео;

- навыки и опыт работы в различных средах обработки текстовой, фото и видео информации;

- умение использовать инструменты продвижения;

- умение разрабатывать и использовать контент-планы для различных брендов;

- формирование понятий о авторском праве, лицензировании;

- формирование представлений о таргетинге и SEO;

– формирование умения соблюдать нормы информационной этики и права.

***Метапредметные результаты:***

- формирование умения планировать, контролировать и оценивать действия в соответствии с поставленной задачей и условиями ее реализации; определять наиболее эффективные способы достижения результата;

- умение самостоятельно ставить и формулировать для себя новые задачи, развивать мотивы своей познавательной деятельности;

- умение самостоятельно планировать пути решения поставленной проблемы для получения эффективного результата.

**Содержание программы**

**Менеджер социальных сетей (156 ч.)**

Понятие социальных сетей. Текстовые, видео, фото социальные сети. Классификация социальных сетей.

Личный бренд.

Что такое «личный бренд». Формирование бренда

Миссия как способ продвижения.

Виды миссий. Продвижение с помощью миссии. Формирование миссии.

Целевая аудитория.

Понятие целевой аудитории (ЦА). Выбор своей ЦА.

Контент.

Что такое контент план. Правила формирования. Способы создания. Работа по контент план. Создание и правила написания текстов. Программы для работы с текстом. Правила оформления фото-контента. Авторские права. Программы для создания фото-контента. Цветовые схемы в фото-контенте. Правила оформления видео-контента. Программы для создания видео-контента.

Инструменты.

Обзор программных средств для создания различных видов контента. Работы с текстовыми инструментами. Ссылки и боты. Taplink. Работа в мессенджерах. Инструменты для обработки фото на смартфоне и ПК. Шаблоны и пресеты. Инструменты для обработки видео на смартфоне и ПК. Фильтры.

Реклама и таргет.

Понятие рекламы. Виды рекламы. Способы распространения рекламы. Продвижение. Разница между рекламой и продвижением. Бесплатные способы рекламы и продвижения. создание рекламы. Сощдание продвижения. Понятие таргетинга. Отличие таргетинга от рекламы. Набор тегов для таргетинга в зависимости от ЦА. Создание таргетинга.

**Тематическое планирование**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № занятия | Тема занятия | Количество часов | | Форма текущего контроля |
| Теория | Практика |
| 1-2 | Социальные сети. Виды и классификация | 2 | 2 |  |
| 3-5 | Личный бренд. Формирование бренда | 2 | 4 | Практическая работа |
| 6-8 | Миссия как способ продвижения | 2 | 4 |  |
| 9-11 | Целевая аудитория | 3 | 3 | Опрос |
| 12-14 | Контент-план. Создание контент-плана | 1 | 5 | Практическая работа |
| 15-20 | Работа с текстом | 2 | 10 | Практическая работа |
| 19-28 | Работа с фото | 6 | 14 | Практическая работа |
| 28-37 | Работа с видео | 6 | 14 | Практическая работа |
| 38-39 | Авторские права | 2 | 2 |  |
| 40-42 | Обзор программных средств для создания разных видов контента | 2 | 4 | Опрос |
| 43-52 | Работа в мессенджерах | 0 | 10 | Практическая работа |
| 53-55 | Что должен знать и уметь SMM-менеджер | 3 | 3 |  |
| 56-60 | Стратегия в соцсетях | 4 | 6 | Опрос |
| 61-65 | Реклама и таргет | 4 | 6 | Практическая работа |
| 66-75 | Проектная деятельность | 0 | 10 | Презентация паблика |
| 76-78 | Анализ результатов продвижения | 3 | 3 |  |
| 79 | Промежуточная аттестация | 0 | 2 |  |

4.**Оценочные и методические материалы**

**Формы контроля и аттестации**

Текущий контроль: опрос,выполнение практических работ.

Теоретическая и практическая подготовка проверяется через выполнение **практических работ** (приложение) и фиксируется в оценочном листе

**Оценочный лист практических работ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Ф.И. | Работа | Сдана | Проходят | Работа | Кол-во | Результат |
|  | учащегося | выполнена | в срок | тесты | выполнена | баллов |  |
|  |  | самостоятельно |  |  | с учетом |  |  |
|  |  |  |  |  | требований |  |  |
| 1 | Иванов И. | 2 | 2 | 4 | 2 | 10 | Высокий |

Высокий уровень – 75% выше;

Базовый уровень – 50-74%;

Низкий уровень – ниже 49% б.

Примерные темы практических работ:

Практическая работа по теме «Создание сообщества в социальных сетях»:

1. Создайте сообщество ВКонтакте вашего продукта и заполните его по чек-листу

2. Создайте и оформите публичный канал в Телеграм по чек-листу

3. Создайте и оформите канал в Дзене по чек-листу

Чек-лист:

a. Название

b. Адрес страницы

c. Описание

d. Аватар

Практическая работа по теме «Контент»:

1. Заполните таблицу рубрикатора

2. Заполните таблицу контент-плана

3. Заполните расписание или календарь публикаций на ближайший месяц

4. Напишите 1 пост на 1000 символов по любой модели из урока

5. Напишите заголовок к посту по модели «Числа + Качественные прилагательные + Оценка»

6. Создайте изображение для публикации в социальной сети: обработайте фото и добавьте на него элементы (текст или знаки)

7. Снимите и смонтируйте короткий вертикальный ролик на любую тему (не обязательно по продукту, с которым работаете).

Промежуточная аттестация: творческий проект. При этом выставляются баллы в соответствии со шкалой:

- начальный уровень (1б),

- базовый уровень (2б),

– высокий уровень (3 б.),

Шаблон проектирования SMM-стратегии:

- Составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет

- Регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

- Размещение информационных сообщений на площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

- Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

- Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании

- Выбор площадок в социальных медиа для продвижения веб-сайта

- Составления списка тем в предметной области веб-сайта для обсуждения посетителями площадок и членов интернет-сообществ в социальных медиа

- Составление примеров информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа

- Составление календарного плана информационных сообщений (постов) для размещения в социальных медиа

- Составление календарного плана проведения мероприятий в социальных медиа.

Требования к результатам выполнения проекта:

– умение планировать и осуществлять проектную и исследовательскую деятельность;

– способность презентовать достигнутые результаты, включая умение определять приоритеты целей с учетом ценностей и жизненных планов;

– самостоятельно реализовывать, контролировать и осуществлять коррекцию своей деятельности на основе предварительного планирования;

– способность использовать доступные ресурсы для достижения целей;

– осуществлять выбор конструктивных стратегий в трудных ситуациях;

– способность создавать продукты своей деятельности, востребованные обществом, обладающие выраженными потребительскими свойствами;

– сформированность умений использовать все необходимое многообразие информации и полученных в результате обучения знаний, умений и компетенций для целеполагания, планирования и выполнения индивидуального проекта.

**Список литературы**

1. Контент, маркетинг и рок-н-ролл / [Каплунов Денис]; 2021. – 346 с.

2. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство / [Кот Дмитрий]; 2014. – 83 с.

3. Маркетинг 4.0. / [Котлер Филипп]; 2019. – 104 с.

4. Remote. Офис не обязателен / [Джейсон Фрайд]; 2021. – 160 с.

5. Пиши, сокращай / [Максим Ильяхов]; 2023. – 440 с.

**Интернет-ресурсы:**

Платформа Сферум <https://sferum.ru>

VC.RU Маркетинг — сообщество, новости, обзоры, видео https://vc.ru/marketing

Новости рекламных технологий Яндекса https://yandex.ru/adv/news

COSSA.RU - маркетинг в социальных медиа, digital-маркетинг, интегрированные

маркетинговые коммуникации http://cossa.ru

Информационный портал о ppc-маркетинге, контекстной и таргетированной

рекламе, и веб-аналитике <https://ppc.world\>