

Министерство образования и науки Мурманской области
Государственное автономное негосударственное образовательное учреждение Мурманской области
«Центр образования «Лапландия»
(ГАНОУ МО «ЦО «Лапландия»)

ПРИНЯТА

методическим советом

Протокол

от 24.12.25 № 13

Председатель О.А. Бережняк

УТВЕРЖДЕНА

приказом

ГАНОУ МО «ЦО «Лапландия»

от 24.12.25 № _____

Директор С. В. Кулаков



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

**«Инструменты обеспечения информационной доступности
дополнительного образования : SMM для педагога»**

Авторы -составители:

Шайтанова Галина Николаевна,

педагог - организатор РМЦ

ГАНОУ МО «ЦО «Лапландия»

Муравьева Алина Ярославовна,

заведующий отделом РМЦ

ГАНОУ МО «ЦО «Лапландия»

I. Общая характеристика программы

Общие положения

Программа «Инструменты обеспечения информационной доступности дополнительного образования: SMM для педагога» (далее - Программа) направлена на повышение квалификации педагогических работников дополнительного образования и формирование знаний о современных инструментах SMM и их прикладном применении в сфере дополнительного образования.

Лица, освоившие программу, будут обладать достаточными знаниями и умениями для организации и ведения эффективного информационного присутствия образовательной организации в социальных сетях - от стратегического планирования до полного цикла производства контента и его продвижения, будут способны самостоятельно создавать и модерировать сообщества, вовлекать целевую аудиторию (детей, родителей, педагогов), обеспечивать информационную безопасность и достоверность публикуемых материалов, тем самым повышая информационную доступность и привлекательность дополнительного образования.

Нормативно-правовая база разработки и реализации программы

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации, утвержденная Указом Президента РФ от 28.02.2024 № 145;
- Приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Постановление Правительства РФ от 18.04.2016 № 317 «О реализации Национальной технологической инициативы» в редакции от 01.07.2021;

- Распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. N 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 г. и плана мероприятий по ее реализации»;
- Письмо Министерства образования и науки РФ от 25.07.2016 № 09-1790 «Рекомендации по совершенствованию дополнительных образовательных программ, созданию детских технопарков, центров молодежного инновационного творчества и внедрению иных форм подготовки детей и молодежи по программам инженерной направленности»;
- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 №2 «Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания».
- Письмо Минобрнауки России от 30.03.2015 № АК-821/06 «О направлении методических рекомендаций по итоговой аттестации слушателей»;
- Приказ Минтруда и социальной защиты от 22 сентября 2021 года N 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых».

Цель программы: развитие профессиональных компетенций педагогических работников для повышения информационной доступности программ дополнительного образования с использованием необходимых SMM инструментов.

Планируемые результаты обучения

В результате обучения по программе «Инструменты обеспечения информационной доступности дополнительного образования: SMM для педагога» слушатели должны освоить следующие профессиональные компетенции (ПК):

ПК	Уметь разрабатывать коммуникационную стратегию и контент-план образовательной организации в социальных сетях
ПК	Уметь применять методы анализа целевой аудитории, построения

	контент-плана и оценки эффективности SMM-активностей
ПК	Уметь планировать и создавать текстовый и визуальный контент для социальных сетей, адаптированный под разные сегменты аудитории (дети, родители, педагоги), с использованием современных инструментов и нейросетей
ПК	Знать современные инструменты проверки информационной безопасности и достоверности публикуемого контента, применяя методы фактчекинга и эффективно модерлируя пользовательский контент (UGC)
ПК	Организовывать и вести профессиональное сообщество образовательной организации в социальной сети «ВКонтакте», используя её функционал и инструменты для продвижения и вовлечения аудитории
ПК	Использовать SMM как инструмент популяризации дополнительного образования и повышения его доступности

Категория слушателей: педагогические работники, имеющие базовые знания в SMM и осуществляющих функции по информационному сопровождению деятельности организаций дополнительного образования.

Форма реализации программы: очная.

Срок освоения: 36 часов.

Виды учебных занятий: лекции, практические занятия.

Формы итоговой аттестации: защита итоговой (квалификационной) работы.

II. Содержание программы

Учебный план дополнительной профессиональной программы повышения квалификации

№ п/п	Тема	Очное обучение			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Всего часов
		Всего	ЛК	ПР		
Модуль 1. Нормативная база и стратегическое планирование						
1.1	Правовая основа SMM-деятельности. Журналистская этика в соцсетях образовательных организаций	1	1	-	-	1
1.2	Тренды в SMM	1	1	-	-	1
1.3	Анализ целевой аудитории и сегментация. Анализ образовательных сообществ по критериям	2	1	1	-	2
1.4	Разработка коммуникационной стратегии	1	-	1	-	1
	Всего:	5	3	2		5
Модуль 2. Контент-стратегия и производство						
1.1	Контент-план: от идеи до публикации	1	-	1	-	1
1.2	Тексты для соцсетей: принципы написания. Визуальный контент: базовые правила	1	1	-	-	1
1.3	Сторителлинг в образовании: как рассказывать о событиях и достижениях	2	1	1	-	2
1.4	Инструменты для контент-производства.	4	-	4	-	4
1.5	Нейросети в работе SMM-специалиста	2	-	2	-	2
1.6	Создание «вирусного» контента: челленджи, флешмобы, онлайн-активности	3	-	3	-	3
1.7	Фактчекинг и информационная безопасность	2	1	1	-	2
1.8	Пользовательский контент. Инструменты.	2	-	2	-	2
1.9	Создание и продвижение экспертного бренда образовательной организации	3	1	2	-	3
	Всего:	20	4	16		20
Модуль 3. Технологии продвижения в ВКонтакте						
1.1	Платформа ВКонтакте: инструменты для SMM	6	-	6	-	6
1.2	Организация онлайн-событий и	1	-	1	-	1

	трансляций во ВКонтакте					
1.3	Работа с комьюнити и обратной связью во ВКонтакте	1	-	1	-	1
1.4	Финальный практикум: запуск мини-кампании	3	-	3	-	3
	Всего:	11	-	11		11
	ИТОГО	36	7	29		36

Содержание учебного плана

Модуль 1. Нормативная база и стратегическое планирование (5 часов)

Теория (3 часа): Изучение правовых норм (ФЗ «О рекламе», «О персональных данных») и профессиональной этики в коммуникации в соцсетях образовательных организаций. Освоение основ анализа целевой аудитории, сегментации и актуальных трендов в образовательном SMM. Формирование системного подхода к разработке коммуникационной стратегии и планированию контента.

Практика (2 часа): Анализ и сегментация целевой аудитории, создание профилей ЦА. Аудит образовательных сообществ по критериям. Разработка фрагментов коммуникационной стратегии: постановка целей, выбор каналов и форматов. 3 образовательных сообществ по критериям: сегментация контента, актуальность форматов. Составление таблицы «ЦА - потребности - форматы контента».

Модуль 2. Контент-стратегия и производство (20 часов)

Теория (4 часа): Основы создания эффективного текстового и визуального контента от идеи до публикации: принципы создания текстов для разных аудиторий и форматов, правила разработки визуального контента (графика, видео) с учетом требований платформ. Основы образовательного сторителлинга и принципы создания экспертного бренда образовательной организации. Обзор инструментов для дизайна, монтажа и генерации контента с помощью нейросетей. Основы фактчекинга и работы с пользовательским контентом.

Практика (16 часов): Разработка контент-плана и подготовка сценариев для ключевых форматов (сторис, клипы, интерактивы). Разработка сценариев постов в формате сторителлинга на основе реальных событий и достижений учреждения. Создание и визуальное оформление прототипа «вирусной» активности (челлендж, флешмоб) для вовлечения аудитории. Создание готового контент-пакета: написание адаптированных текстов для разных аудиторий и производство визуальных материалов (графика, короткие видео) с использованием редакторов (Canva, CapCut) и нейросетей. Практикум по созданию контента для экспертного бренда.

Модуль 3. Технологии продвижения в ВКонтакте (11 часов)

Практика (11 часов): Знакомство с платформой ВКонтакте. Обзор и настройка сообщества. Организация онлайн-событий (прямые эфиры, трансляции): разработка сценария и техническая подготовка. Практические инструменты для работы с комьюнити: сбор обратной связи (опросы, обсуждения), публичная реакция на отзывы, методы краудсорсинга. Самостоятельная разработка, оформление, наполнение тематического сообщества с учетом ЦА в рамках зачетного задания. Защита проекта.

III. Комплекс организационно-педагогических условий реализации программы

Материально-технические условия реализации программы

1. Помещение:

- 1.1. кабинет с достаточным освещением (не менее 300-500лк), оснащенный вентиляцией;
- 1.2. рабочие столы и стулья (не менее 20 мест), доступ к розеткам;

2. Оборудование:

- 2.1. компьютеры с возможностью подключения к сети Интернет – 10 шт.

- 2.2. проектор или экран для проведения демонстраций;
- 3. Программное обеспечение:
 - 3.1. операционная система MS Windows 10 или аналогичная;
 - 3.2. офисные пакеты – Libre Office или аналогичный;
- 4. Расходные материалы:
 - 4.1. блок листов для флип чарта;
 - 4.2. листы для записей;
 - 4.3. ручки шариковые – 20 шт.;
 - 4.4. карандаши простые – 20 шт.;
 - 4.5. стикеры для записей самоклеящиеся – 20 шт.;
 - 4.6. цветные перманентные маркеры – 2 уп.

IV. Информационно-методическое обеспечение программы

Методы обучения:

- словесные (лекции с разбором актуальных кейсов из сферы дополнительного образования, индивидуальные консультации по ведению соцсетей, тематические беседы о трендах цифрового продвижения);
- работа с электронными источниками информации (анализ лучших практик SMM в дополнительном образовании, изучение профильных платформ и инструментов);
- практические методы (методы, связанные с процессом формирования и совершенствования умений и навыков слушателя, основным из которых является практическое занятие, включают мастер-классы, тренинги и имитационные упражнения);
- метод кейс-технологий (разбор реальных ситуаций из практики).

Формы организации занятий: групповая (дискуссии, мозговые штурмы, командная работа над проектами), индивидуальная (персональные консультации по настройке аккаунтов, разработка персональной SMM-стратегии).

Педагогические технологии:

- проектная технология - технология реализуется на протяжении всего курса и направлена на формирование у слушателей навыков: самостоятельного анализа SMM-инструментов и их применения в дополнительном образовании; решения практико-ориентированных задач (например, повышение охватов публикаций, работа с негативными комментариями, организация онлайн-конкурсов).

В ходе работы над проектом слушатели самостоятельно диагностируют проблемы в SMM-деятельности учреждения, разрабатывают стратегию продвижения с учетом специфики ДО, обосновывают выбор инструментов.

Данная технология позволяет освоение SMM-инструментария, развитие аналитического мышления и способности принимать решения в условиях цифровой среды, готовность к самостоятельному ведению соцсетей организации дополнительного образования.

- кейс-технология – анализ и решение структурированных ситуаций (кейсов), моделирующих реальные профессиональные вызовы в сфере SMM для учреждений дополнительного образования. В процессе освоения модулей слушатели осваивают алгоритмы решения профессиональных задач, развивают навыки командной работы при разработке SMM-стратегий. Данная технология позволяет овладеть алгоритмом решения профессиональных SMM-задач, работать с кризисными ситуациями в цифровой среде, готовность применять кейс-метод для обучения коллег в своем учреждении.

IV. Оценка качества освоения программы

Формы аттестации

Итоговая аттестация по программе проводится в форме защиты итогового проекта. Проект включает в себя описание полного цикла создания и продвижения сообщества во ВКонтакте и следующие этапы работы: анализ целевой аудитории, разработка стратегии продвижения, создание сообщества, наполнение сообщества контентом с использованием приложений, презентация готового аккаунта.

Критерии оценивания итогового проекта

Максимальный балл за критерий означает полное соответствие проекта критерию, 0 - полное несоответствие.

Критерий	Максимальный балл за критерий
Модуль 1. Нормативная база и стратегическое планирование	
Проработанность целевой аудитории	3
Актуальность выбранных форматов для реализации стратегии	3
Модуль 2. Контент-стратегия и производство	
Качество созданного текстового и визуального контента	3
Адаптированность под различные ЦА созданного текстового и визуального контента	3
Корректность подготовки фейковой модели	2
Качество работы с пользовательским контентом	2
Модуль 3. Технологии продвижения в ВКонтакте	
Использование различных приложений для оформления сообщества	3
Использование различных приложений и инструментов для продвижения сообщества	3
Ответы на вопросы	2
Максимальное количество баллов по всем модулям	30

V. Календарный учебный график реализации программы

№ п/п	Дата	Время	Место проведения	Форма проведения	Тема	Количество часов		
						КЧ	АЧ	ВЧ
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
					Итого			

Список литературы для педагога

1. Бережная В.С. Вопросы стандартизации фактчекинга в журналистике данных. Теоретический аспект [электронный ресурс] // URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/382738096.pdf>.
2. Будникова, Н.С. SMM – новое слово в рекламных технологиях / Н.С. Будникова // Материалы всероссийской (национальной) научно-практической конференции, посвященной Дню российской науки. Улан-Удэ, 2023. С. 615-620 (дата обращения: 01.06.2024).
3. Визуальный контент в обучении [электронный ресурс] // URL: <https://educationschool.ru/visual-content>.
4. ВКонтакте для сообществ — официальная документация и гайды [электронный ресурс] // URL: <https://vk.com/blog>.
5. Демко, Я.А. SMM как инструмент информационного продвижения бренда в социальных сетях / Я.А. Демко, Л.В. Кухаренко // Сборник научных статей профессорско-преподавательского состава и студентов Российских научно-образовательных учреждений. Сборник научных статей. Берлин, 2023. С. 63-70 (дата обращения: 01.06.2024).
6. Дочкин С.А. Нейросети — новый инструмент для системы повышения квалификации педагогических кадров [электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyroseti-novyiy-instrument-dlya-sistemy-povysheniya-kvalifikatsii-pedagogicheskikh-kadrov/viewer> (дата обращения: 15.12.2025).
7. Иванова Л.В. Фактчекинг как инструмент формирования логической культуры будущих журналистов. [электронный ресурс] // URL: <https://nauka-online.com/wp-content/uploads/2021/11/Ivanova.pdf> (дата обращения: 10.09.2025).
8. Исследование: состояние рынка SMM 2025[электронный ресурс] // URL: <https://dnative.ru/issledovanie-sostoyanie-rynka-smm-2025/> (дата обращения: 15.12.2025).

9. Как правильно составить портрет целевой аудитории [электронный ресурс] // URL: <https://popsters.ru/blog/post/kak-pravilno-sostavit-portret-celevooy-auditorii> (дата обращения: 11.11.2025).
10. Розенберг Н.В., Питерова А.Ю. Методы анализа целевой аудитории в digital-маркетинге: от сегментации до CJM [электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-analiza-tselevoy-auditorii-v-digital-marketinge-ot-segmentatsii-do-cjm/viewer> (дата обращения: 15.12.2025).
11. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2025 [электронный ресурс] // URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-autumn-2025> (дата обращения: 15.12.2025).
12. Тренды социальных сетей на 2025 год: инструменты будущего [электронный ресурс] // URL: <https://ingate.ru/blog/trendy-sotsialnykh-setey-na-2025-god-instrumenty-budushchego/> (дата обращения: 15.12.2025).
13. Узакбаева, Р.Б. SMM: анализ практики использования российскими компаниями / Р.Б. Узабакова // Вестник Науки и Творчества. 2021. № 5 (65). С. 26-30 (дата обращения: 01.06.2024).
14. Шматько А.Д., Волкова А.А. Цифровая трансформация образования: тренды и перспективы развития [электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-obrazovaniya-trendy-i-perspektivy-razvitiya/viewer> (дата обращения: 10.11.2025).

Список литературы для слушателя

1. ВКонтakte для сообществ — официальная документация и гайды [электронный ресурс] // URL: <https://vk.com/blog>.
2. Крылов В., Рудов К., SMM handbook – полное руководство по продвижению в соцсетях [электронный ресурс] // URL:

<https://www.litres.ru/book/vasiliy-krylov-30112/smm-handbook-polnoe-rukovodstvo-po-prodvizheniu-v-soc-64884841/>

3. Иванова Л.В. Фактчекинг как инструмент формирования логической культуры будущих журналистов. [электронный ресурс] // URL: <https://nauka-online.com/wp-content/uploads/2021/11/Ivanova.pdf> (дата обращения: 10.09.2025).

4. Югова А. А. Продвижение ВКонтакте [электронный ресурс] // URL: <https://www.litres.ru/book/anastasiya-ugova/prodvizhenie-vkontakte-65765281/chitat-onlayn/>