

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И АРХИВОВ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ
ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ УНИВЕРСАЛЬНАЯ
НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА ИМ. И. И. МОЛЧАНОВА-СИБИРСКОГО**

Принята на заседании Научного совета
ИОГУНБ им. И. И. Молчанова-Сибирского
от «25» декабря 2020 г.
Протокол № 4

Утверждена приказом ГБУК ИОГУНБ
от «12» мая 2021г.
№71-1-д

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Программа повышения квалификации

Медиаинформационная грамотность как профессиональная компетенция
(наименование программы)

Категория слушателей специалисты библиотечно-информационной деятельности

Трудоемкость программы 16 часов

Срок освоения программы 3 рабочих дня

Форма обучения очно-заочная
(очная, заочная, очно-заочная, стажировка)

Режим занятий 6 академических часов в день

Иркутск 2021 г.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации направлена на развитие профессиональных компетенций специалистов по библиотечно-информационной деятельности работе в области медиаинформационной грамотности.

1.2 Нормативные документы, регламентирующие разработку дополнительной образовательной программы

Нормативно-правовую базу разработки ДОП составляют:

- 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 им. Молчанова-Сибирского;
- Локальные нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность по дополнительным образовательным программам.

Программа повышения квалификации разработана с учетом требований:

- проекта профессионального стандарта Приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации об утверждении профессионального стандарта «Специалист в области библиотечно-информационной деятельности»;
- единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников культуры, искусства и кинематографии», утвержденный Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30 марта 2011 г. №251н);
- профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 г. № 95н (уровни квалификации – 4-5);
- 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 11.08.2016г. №1001.

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 в области библиотечно-информационной деятельности».

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: повышение (формирование) медиаинформационной грамотности специалистов библиотек через использование инструментов SMM-продвижения библиотеки.

Задачи:

1. Изучить инструменты SMM-продвижения в части брендинга библиотеки (повышения узнаваемости) с целью повышения читательской активности.
2. Научить создавать рабочие страницы, формировать контент-план и использовать современные способы продвижения библиотечного контента в социальных сетях.
3. Сформировать представление о современных способах коммуникации с пользователями через социальные сети.

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

ПК-1: способность создавать и предоставлять информацию, отвечающую запросам пользователей

ПК-2: готовность к взаимодействию с потребителями информации, готовность выявлять и качественно удовлетворять запросы и потребности, повышать уровень их информационной культуры

ПК-35: готовность к организации воспитательно-образовательной работы средствами библиотеки

ПК-40: способность к созданию благоприятной культурно-досуговой среды.

Планируемые результаты:

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

- принципы функционирования современных социальных медиа;
- виды контента, особенности оформления контента для привлечения пользователей;
- основы написания текстов для социальных сетей;
- способы продвижения библиотечного контента в социальных сетях.

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

- определять современные инструменты для использования в SMM-продвижении библиотеки;
- создавать контент-план для работы официальной страницы библиотеки в социальных сетях;
- создавать контент для популярных социальных сетей: пост, сторис, прямой эфир;
- взаимодействовать с подписчиками в рамках официального аккаунта.

В результате освоения данной программы слушатель должен **иметь практический опыт (владеть)**:

- базовыми понятиями современного SMM-продвижения;
- размещения контента различной направленности в социальных сетях библиотеки.

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		
	Модуль 1. Основы работы SMM-специалиста в современной библиотеке	16	6	10		
1.1.	SMM в 2021 году	2	2			
1.2.	Базовые понятия и инструменты: охват, контент, таргетинг	2		2		
1.3.	Контент. Виды контента	2		2		Практическая работа
1.4.	Практикум по созданию контента различного вида	2		2		
1.5.	Принципы написания текстов в зависимости от видов контента	2		2		
1.6.	Чек-лист проблем, которые возникают при создании и реализации библиотечного контента	2		2		Практическая работа
1.7.	Актуальные инструменты продвижения в 2021 году	2	2			
1.8.	Итоговая аттестация – зачет	2	2			Создание контента (по видам)
Итого		16				

*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	
	Модуль 1. Основы работы SMM-специалиста в современной библиотеке				
1	SMM в 2021 году	1	2		
2	Базовые понятия и инструменты: охват, контент, таргетинг	1		2	
3	Контент. Виды контента	1		2	
4	Практикум по созданию контента различного вида	2		2	
5	Принципы написания текстов в зависимости от видов контента	2		2	
6	Чек-лист проблем, которые возникают при создании и реализации библиотечного контента	2 3		1 1	
7	Актуальные инструменты продвижения в 2021 году	3	2		
8	Итоговая аттестация – зачет	3	2		
Итого		1-й день 2-й день 3-й день	6 5 5		

2.3. Содержание учебных модулей (разделов)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ 1. «ОСНОВЫ РАБОТЫ SMM-СПЕЦИАЛИСТА В СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКЕ»

1. Объем учебного модуля и виды учебной работы

Виды занятий	Кол-во учебных часов
Лекции	6
Практические занятия	10
Самостоятельная работа	0
Всего	16

2. Пояснительная записка

Цель изучения: повышение (формирование) медиаинформационной грамотности специалистов библиотек через использование инструментов SMM-продвижения библиотеки.

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

- принципах функционирования современных социальных медиа;
- видах контента, особенности оформления контента для привлечения пользователей;
- основах написания текстов для социальных сетей;
- способах продвижения библиотечного контента в социальных сетях.

Умения:

- определять современные инструменты для использования в SMM-продвижении библиотеки;
- создавать контент-план для работы официальной страницы библиотеки в социальных сетях;
- создавать контент для популярных социальных сетей: пост, сторис, прямой эфир;
- взаимодействовать с подписчиками в рамках официального аккаунта.

3. Тематический план и содержание учебного модуля

Тема 1.1. SMM в 2021 году

Лекция (2 часа): Алгоритмы работы искусственного интеллекта Facebook, Instagram, Tik-Tok при выдаче информации. Механизмы работы, особенности аудитории в различных социальных сетях, средства продвижения контента в зависимости от вида социальных сетей.

Тема 1.2. Базовые понятия и инструменты: охват, контент, таргетинг

Практическое занятие (2 часа): Виды приложений, перевод аккаунта в разряд «бизнес», принципы изучения статистики профиля, оформление шапки профиля как один из показателей успешности профиля, виды рекламы в социальных сетях.

Тема 1.3. Контент. Виды контента

Практическое занятие (2 часа): Сторис, публикации, прямые эфиры, IGTV, продающие креативы: особенности записи и размещения, основные отличия. Контент-план: «за» и «против», актуальность в зависимости от поставленных задач. Практическое занятие по созданию контента, вызывающего интерес аудитории.

Тема 1.4. Практикум по созданию контента различного вида

Практическое занятие (2 часа): Идеи для создания контента, как определить актуальную тематику для своей аудитории. Создание контента по видам. Разбор ошибок.

Тема 1.5. Принципы написания текстов в зависимости от видов контента

Практическое занятие (2 часа): Тексты. Как писать так, чтобы вас хотели читать? А еще, как начать писать тексты к публикациям, если совсем не пишется или вы никогда раньше этого не делали.

Тема 1.6. Чек-лист проблем, которые возникают при создании и реализации библиотечного контента

Практическое занятие (2 часа): Чек-лист проблем, которые возникают при создании и реализации библиотечного контента. Способы преодоления проблем. Работа с обратной связью. Ответы на вопросы.

Тема 1.7. Актуальные инструменты продвижения в 2021 году

Лекция (2 часа): Принципы бесплатного и платного продвижения в различных социальных сетях. Как использовать инструменты для продвижения профессионального аккаунта.

4. Основная литература

1. Дорофеева, А. К. SMM в вашей компании: от поиска сотрудников до привлечения рекламных агентств / А. К. Дорофеева, Л. Г. Симаков // Банковское дело. – 2018. – № 9. – С. 53–59. : фот., рис.
2. Журавлева, Е. Ю. Софтверизация общества: истоки и перспективы / Е. Ю. Журавлева // Социологические исследования. – 2019. – № 4. – С. 109–117.
3. Кабани, Ш. SMM в стиле дзен. Стань гуру продвижения в социальных сетях и новых медиа! / Шама Кабани. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2019. – 240 с.
4. Кеннеди, Д. Жесткий SMM: выжать из соцсетей максимум / Дэн Кеннеди, Ким Уэлш-Филлипс ; пер. с англ. [П. Миронов]. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 343 с.
5. Леншина, М. Национальная библиотека в медиасреде: рамки и возможности / М. Леншина // Университетская книга. – 2018. – № 7 (сентябрь). – С. 46–49.
6. Майорова, А. Продающий отзыв: алгоритм написания, согласования и размещения / А. Майорова // Маркетолог. – 2016. – № 3. – С. 8–12. : ил.
7. Михайлова, А. Каким образом котики могут продвигать ваше учреждение и мероприятия в соцсетях / А. Михайлова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2020. – № 3. – С. 30–33. : фот., рис.
8. Назаров, М. М. Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация / М. М. Назаров // Социологические исследования. – 2018. – № 8. – С. 54–64.
9. Сальникова, Е. В. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова ; Государственный институт искусствознания ; Государственный институт искусствознания. – Москва : Прогресс-Традиция, 2017. – 551 с.
10. Скубенко, Л. Электронная площадка для продвижения услуг : развитие библиотек малых городов посредством социальных медиа: анализ представительства / Л. Скубенко // Библиополе. – 2016. – № 8. – С. 5–8. : граф., табл.
11. Смолина, В. А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях / В. А. Смолина. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 249 с.
12. Соколова, А. В. Библиотеки Петербурга в Instagram / А. В. Соколова // Современная библиотека. – 2018. – № 7. – С. 36–39.
13. Соловьев, А. В. Медиагород и человек: феномен отстраненной сопричастности / А. В. Соловьев // Человек. – 2017. – № 5. – С. 100–107.

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	Модуль 1. Основы работы SMM-специалиста в современной библиотеке	Кабинет № 403 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	1
2.	Мультимедийные презентации лекций	Электронный	Кабинеты	1
3.	Методические материалы	Электронный	Кабинеты	1

1.3. Кадровое обеспечение

В реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации задействованы специалисты, имеющие высшее образование по профилю «Журналистика».

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения фонда оценочных средств

1.2. Сводные данные об объектах оценивания, основных показателях оценки, типах заданий, формах аттестации

Результаты оценивания (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата и их критерии	Тип задания
ПК-1: способность создавать и предоставлять информацию, отвечающую запросам пользователей	Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, соответствие требованиям Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность оценки, самооценки выполнения. Соответствие требованиям инструкций, регламентов	Практическая работа
ПК-2: готовность к взаимодействию с потребителями информации, готовность выявлять и качественно удовлетворять запросы и потребности, повышать уровень их информационной культуры	Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, соответствие требованиям Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность оценки, самооценки выполнения. Соответствие требованиям инструкций, регламентов	Практическая работа
ПК-35: готовность к организации воспитательно-образовательной работы средствами библиотеки	Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, соответствие требованиям Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность оценки, самооценки выполнения. Соответствие требованиям инструкций, регламентов	Практическая работа
ПК-40: способность к созданию благоприятной культурно-досуговой	Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, соответствие требованиям	Практическая работа

среды	Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность оценки, самооценки выполнения. Соответствие требованиям инструкций, регламентов	
-------	--	--

1.3.Формы аттестации: промежуточная, итоговая

2. Задания для проведения аттестации

2.1.Задания для проведения промежуточного контроля

2.1.1. Вид работы

Практическая работа

2.1.2. Темы и разделы, предлагаемые для оценки качества освоения материала

Тема 1.1. SMM в 2021 году

Тема 1.2. Базовые понятия и инструменты: охват, контент, таргетинг

Тема 1.3. Контент. Виды контента

2.1.3. Содержание работы

Создать профиль в Инстаграм и Фейсбук (если их у вас не было), оформить шапку профиля согласно вашим целям (информация о вашей библиотеке, контактный телефон + email, активная ссылка на сайт, если он есть), перевести аккаунт в Инстаграм в разряд «бизнес». Подписаться на всех участников курса и на преподавателей в Инстаграм. Записать 3 сторис + 1 публикацию на свободную тему, связанную с вашей деятельностью.

Поставить в тексте к публикации #силавкниге38

Пролайкать коллег по вашему курсу (можно пройти по публикациям по хэштгу #силавкниге38), оставить комментарии по каждому из постов.

Составить личное мнение о том, у кого из ваших коллег получилось интереснее всех справиться с заданием.

2.1.4. Критерии оценки работы

Практическая работа оценивается в диапазоне: 5–10 баллов, где 10–9 баллов – практическая работа выполнена в полном объеме без замечаний; 8–7 баллов – практическая работа выполнена в полном объеме, но с одним-двумя незначительными замечаниями; 6–5 баллов – практическая работа выполнена с существенными замечаниями; менее 5 баллов – практическая работа не выполнена.

При подведении итогов выполнения практической работы оценка определяется по сумме набранных баллов, соотношенных с установленными границами:

Оценка	Критерии оценивания
«отлично»	10–9 баллов
«хорошо»	8-7 баллов
«удовлетворительно»	6-5 баллов
«неудовлетворительно»	менее 5 баллов

2.2. Задания для проведения промежуточного контроля

2.2.1. Вид работы

Практическая работа

2.2.2. Темы и разделы, предлагаемые для оценки качества освоения материала

Тема 1.4. Практикум по созданию контента различного вида

Тема 1.5. Принципы написания текстов в зависимости от видов контента

Тема 1.6. Чек-лист проблем, которые возникают при создании и реализации

библиотечного контента

2.2.3. Содержание работы

В день обучения выложить пост про книгу в конце с вопросом к аудитории либо с призывом к действию «А какая ваша любимая книга?», так же пролайкать друг друга и оставить комментарии друг у друга под постами.

Рассказать в сторис о том, что вы выложили новый пост.

В течение следующего дня выложить пост с видеорозыгрышем книг, рассказать в сторис, что проходите обучение в Молчановке и поставить хэштег #силавкниге38.

2.2.4. Критерии оценки работы

Практическая работа оценивается в диапазоне: 5–10 баллов, где 10–9 баллов – практическая работа выполнена в полном объеме без замечаний; 8–7 баллов – практическая работа выполнена в полном объеме, но с одним-двумя незначительными замечаниями; 6–5 баллов – практическая работа выполнена с существенными замечаниями; менее 5 баллов – практическая работа не выполнена.

При подведении итогов выполнения практической работы оценка определяется по сумме набранных баллов, соотнесенных с установленными границами:

Оценка	Критерии оценивания
«отлично»	10–9 баллов
«хорошо»	8-7 баллов
«удовлетворительно»	6-5 баллов
«неудовлетворительно»	менее 5 баллов

3. Задания для проведения итоговой аттестации

3.1.1. Вид работы

Практическая работа – Создание контента (по видам)

3.1.2. Темы и разделы, предлагаемые для оценки качества освоения материала.

Модуль 1. Основы работы SMM-специалиста в современной библиотеке

3.1.3. Содержание работы

Придумать рубрику для профессиональной страницы в Инстаграм. В рамках этой рубрики написать 1 публикацию и опубликовать ее. Так же придумать 5 тем в эту рубрику для последующей публикации. Выложить 3 сторис. Провести прямой эфир на свободную тему.

В ответе прикрепить ссылку на аккаунт, а также 5 тем, которые вы придумали для последующей публикации

3.1.3. Критерии оценки работы

Итоговая аттестация оценивается в диапазоне: 5–10 баллов, где 10–9 баллов – практическая работа выполнена в полном объеме без замечаний; 8–7 баллов – практическая работа выполнена в полном объеме, но с одним-двумя незначительными замечаниями; 6–5 баллов – практическая работа выполнена с существенными замечаниями; менее 5 баллов – практическая работа не выполнена.

Итоговая оценка определяется по сумме набранных баллов в рамках итоговой аттестации, соотнесенных с установленными границами:

Оценка	Критерии оценивания
«отлично»	10–9 баллов
«хорошо»	8-7 баллов
«удовлетворительно»	6-5 баллов
«неудовлетворительно»	менее 5 баллов