

Государственное автономное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования Владимирской области
«Владимирский институт развития образования
имени Л.И. Новиковой»

Утверждена на заседании
педагогического совета
от 10.01.2025 протокол №1



«Утверждаю»
Проректор ВИРО
Л.В. Куликова
«20» января 2025 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ
ПРОГРАММА

«SMM-мастерская: от идеи до тренда»

Уровень сложности программы: ознакомительный

Направленность программы: техническая

Возраст обучающихся: 15 – 17

Срок реализации: 96 часов

Автор программы –
Назарова А.Д.
педагог доп. образования
детского технопарка «Кванториум-33»

Владимир, 2025

Пояснительная записка

Направленность программы: социально-педагогическая и медиа.

Актуальность и практическая значимость программы

В современном цифровом мире молодое поколение сталкивается с необходимостью обладать навыками работы в интернете и понимать, как эффективно использовать социальные сети. Соцсети стали не просто средством общения, но и важным инструментом для продвижения идей, проектов и брендов. По данным McKinsey (2021), 80% молодежи в возрасте от 16 до 24 лет активно используют соцсети не только для личных целей, но и для профессионального роста. Поэтому важно научить старшеклассников осознанно использовать соцсети и понимать инструменты для продвижения. Учебные пособия по маркетингу и социальным медиа подчеркивают, что работа с соцсетями — это не только создание контента, но и стратегическая деятельность, включающая планирование, анализ и понимание аудитории (Ryan & Jones, 2020). Программа "Медиа-мастер" предлагает старшеклассникам освоить практические навыки SMM, что особенно актуально в условиях цифровой экономики, где эффективное использование соцсетей становится важнейшей компетенцией.

Практическая значимость программы:

1. **Развитие цифровых навыков:** Программа помогает учащимся развивать ключевые навыки работы с цифровыми платформами и соцсетями, что становится все более востребованным на рынке труда (Digital Education Action Plan, 2020).
2. **Формирование профессиональных компетенций:** SMM — одна из наиболее актуальных компетенций в сфере электронной коммерции и онлайн-коммуникаций (Чаффи и Эллис-Чадвик, 2019). Освоение основ создания и продвижения контента ускорит интеграцию школьников в профессиональную среду.
3. **Развитие критического мышления:** Программа учит не только создавать контент, но и анализировать его эффективность, что помогает школьникам развивать критическое мышление и применять полученные знания на практике (Зэррелла, 2019).
4. **Подготовка к реальным вызовам:** Программа включает практическую работу с контент-стратегиями для различных сфер, что помогает участникам подготовиться к профессиональным вызовам и повысить шансы на успешное трудоустройство (Kolb, 2014).

Своевременность, необходимость и соответствие потребностям времени

Программа "Медиа-мастер: как покорить мир SMM" является актуальной и необходимой, так как она помогает подготовить молодежь к жизни и работе в быстро развивающемся цифровом мире. В условиях информационного общества недостаточно базовых знаний о технологиях — необходимо также владеть навыками, которые позволяют эффективно использовать социальные сети для продвижения идей и проектов. По данным

Statista (2023), 59% населения мира активно используют соцсети, что подтверждает их значимость как инструмента коммуникации и создания контента.

Своевременность программы обусловлена тем, что соцсети играют все большую роль как в личной, так и в профессиональной жизни. Хотя молодежь активно использует платформы, у многих отсутствуют системные знания о том, как они работают на уровне карьеры или бизнеса. В условиях цифровой конкуренции программа "Медиа-мастер" помогает школьникам осваивать необходимые навыки для карьерного роста, развития личного бренда или создания стартапов, что соответствует современным вызовам (OECD, 2021).

Необходимость обучения SMM для старшеклассников объясняется тем, что цифровой маркетинг требует не только поверхностного понимания платформ, но и глубоких знаний о механизмах их работы. В мире, где компании продвигают продукты и услуги через соцсети, молодым людям важно уметь планировать кампании, работать с аудиторией и анализировать результаты. Программа "Медиа-мастер" обучает этим критически важным навыкам, делая их востребованными на рынке труда и образования.

Программа полностью соответствует потребностям времени, поскольку соцсети и цифровые коммуникации стали важной частью жизни и экономики. SMM — это не просто маркетинговый инструмент, а новая форма взаимодействия с миром, где каждый может стать автором и влиятельным лицом. Программа учит школьников использовать соцсети не только для развлечений, но и для профессионального развития, что крайне актуально в условиях цифровизации (PwC, 2022).

Адресат программы. Для обучения принимаются учащиеся от 15 до 17 лет, способные и любознательные. Программа ориентирована на обучающихся, стремящихся утвердиться в жизни на основе приобретаемых знаний и умений, найти свое профессиональное призвание.

Объем и срок освоения программы: 96 часов (3 месяца).

Форма обучения – очная (в случае необходимости адаптируема для перенесения в дистанционный формат).

Особенности организации образовательного процесса. Учебный процесс осуществляется в группе детей. Состав группы постоянный.

Режим занятий, периодичность и продолжительность занятий.

Продолжительность одного учебного занятия 2 часа. Частота проведения учебных занятий 2 раза в неделю.

Количество обучающихся в группе

Количество педагогов – 1

Цели и задачи образовательной программы.

Цель программы Основная цель программы — развить у учащихся старших классов навыки эффективного использования социальных медиа для продвижения личных и профессиональных проектов, формирование базовых знаний в области SMM (Social Media Marketing), а также подготовка к возможной карьере в сфере цифрового маркетинга.

Задачи программы

1. **Обучить работе с социальными платформами:** дать учащимся знания о различных социальных сетях (Instagram, TikTok, VK и др.), их функционале, целевых аудиториях и возможностях для продвижения контента.
2. **Научить создавать креативный контент:** развить у учеников навыки создания визуального и текстового контента, способного привлекать внимание аудитории и вызывать нужные реакции.
3. **Развить профессиональные и личностные навыки:** помочь школьникам улучшить soft skills, такие как командная работа, тайм-менеджмент, лидерство и коммуникационные навыки, которые важны для работы в сфере SMM и других цифровых профессий.
4. **Подготовить к будущей карьере:** познакомить участников с возможностями карьерного роста в SMM и помочь определить собственный карьерный путь в этой динамично развивающейся сфере.

Метапредметные задачи:

1. Сформировать и развивать положительную мотивацию в учебной деятельности.
2. Развивать творческие способности обучающегося и потребность в самореализации;
3. Развивать коммуникативные навыки – через участие в мероприятиях и через выступления по защите своих проектов.

Личностные задачи:

1. Воспитывать активную гражданскую позицию;
2. Воспитывать стремление к получению высшего образования в предметной области;
3. Содействовать социальной адаптации обучающихся в современном обществе, проявлению лидерских качеств;
4. Воспитывать ответственность, трудолюбие, целеустремленность и организованность.

Тема	Всего часов	Теория	Практика
1. Инструктаж по технике безопасности.	2	1	1
2. Раздел 1. Введение в SMM			
Тема 1. Что такое SMM? Понятие и значение. Основы и значимость SMM в современном мире.	4	2	2
Тема 2. Исследуем платформы: Instagram, TikTok, VK, Facebook и их особенности.	2	1	1
Тема 3. Изучаем целевую аудиторию: сегментация и создание портрета.	2	1	1
Тема 4. Итоговые работы по данному модулю Создание портрета целевой аудитории для выбранной соцсети.	2	1	1
Раздел 2. Стратегическое планирование в SMM			
Тема 1. Структура контент-стратегии: Как разрабатывать цели и задачи для контента.	2	1	1
Тема 2. Планирование контент-календаря. Основы создания календаря публикаций.	2	1	1
Тема 3. Форматы контента для разных платформ.	2	1	1
Тема 4. Итоговые работы по данному модулю Разработка контент-календаря для одного месяца.	2	1	1
Раздел 3. Как создать креативный и запоминающийся контент.			
Тема 1. Принципы визуального контента: основы дизайна и эстетики.	2	1	1

Тема 2 Текстовый контент: copywriting для социальных сетей.	2	1	1
Тема 3 Видеоконтент: создание коротких роликов для TikTok и Reels.	2	1	1
Тема 4 Итоговые работы по данному модулю Создание визуального и видеоконтента для соцсетей.	2	1	1
Раздел 4 Эффективные способы продвижения в соцсетях			
Тема 1 Органическое продвижение: хештеги, конкурсы, сотрудничество с блогерами.	2	1	1
Тема 2. Платное продвижение: реклама в социальных сетях (таргетинг).	2	1	1
Тема 3. Работа с блогерами и инфлюенсерами. Как выбрать и наладить сотрудничество.	2	1	1
Тема 4 Итоговые работы по данному модулю. Планирование кампании по продвижению с блогерами.	2	1	1
Раздел 5. Оценка эффективности SMM-кампаний.			
Тема 1. Что такое охват, вовлеченность и конверсия? Ключевые метрики в SMM.	2	1	1
Тема 2 Инструменты аналитики: Google Analytics, встроенные аналитические инструменты соцсетей.	2	1	1
Тема 3 Анализ результатов и корректировка стратегии.	2	1	1
Тема 4 Итоговые работы по данному модулю. Анализ результатов SMM-кампании и предложения по улучшению.	2	1	1
Раздел 6. Управление репутацией и кризисные коммуникации			
Тема 1 Управление репутацией бренда.	2	1	1

Тема 2. Работа с негативом и кризисные коммуникации.	2	1	1
Тема 3. Как превратить критику в возможность для роста.	2	1	1
Тема 4 Итоговые работы по данному модулю. Разработка плана антикризисных действий.	2	1	1
Раздел 7. Карьерное развитие в SMM			
Тема 1. Карьера в SMM: профессии и перспективы. Возможности карьерного роста в сфере социальных медиа.	2	1	1
Тема 2. Личный бренд в социальных сетях.	2	1	1
Тема 3. Построение портфолио для SMM-специалиста. Как собрать примеры работ для успешного трудоустройства.	2	1	1
Тема 4 Итоговые работы по данному модулю Создание личного портфолио и стратегии развития личного бренда.	2	1	1
Раздел 8. Итоговый проект. Создание успешной SMM-кампании			
Тема 1. Анализ целевой аудитории и конкурентов.	6	3	3
Тема 2. Разработка контент-стратегии.	10	5	5
Тема 3. Создание и публикация контента.	10	5	5
Тема 4. Анализ и корректировка стратегии.	10	5	5
ИТОГО	96		

Содержание учебного плана

Раздел 1. Введение в SMM

Тема 1. Что такое SMM? Понятие и значение

- Введение в SMM: цели, задачи и роль в современном мире.
- Обсуждение важности социальных медиа для бизнеса и личного бренда.

Тема 2. Исследование платформ: Instagram, TikTok, VK, Facebook и их особенности

- Обзор популярных соцсетей и их функционала.
- Особенности аудитории и контента для каждой платформы.

Тема 3. Изучение целевой аудитории: сегментация и создание портрета

- Определение целевой аудитории для каждой платформы.
- Основные принципы сегментации и как это влияет на стратегию продвижения.

Тема 4. Итоговые работы

- Практическое задание: создание портрета целевой аудитории для выбранной социальной сети.
- Презентация результатов и обсуждение ошибок и достижений.

Раздел 2. Стратегическое планирование в SMM

Тема 1. Структура контент-стратегии

- Определение целей и задач контент-стратегии.
- Как связать бизнес-цели с контентом.

Тема 2. Планирование контент-календаря

- Основы разработки контент-календаря.
- Частота публикаций и баланс контента.

Тема 3. Форматы контента для разных платформ

- Особенности и требования к форматам контента на Instagram, TikTok, VK, Facebook.
- Адаптация контента под разные аудитории и платформы.

Тема 4. Итоговые работы

- Практическое задание: разработка контент-календаря на один месяц для выбранной соцсети.
- Презентация и анализ созданных календарей.

Раздел 3. Как создать креативный и запоминающийся контент

Тема 1. Принципы визуального контента: основы дизайна и эстетики

- Введение в визуальный контент: цвет, композиция, типографика.
- Основы дизайна для соцсетей.

Тема 2. Текстовый контент: копирайтинг для социальных сетей

- Как писать цепляющие заголовки и посты.
- Структура текста и призыв к действию.

Тема 3. Видеоконтент: создание коротких роликов для TikTok и Reels

- Основы видеомонтажа и сторителлинга в коротких видеоформатах.
- Практическое создание engaging видеоконтента.

Тема 4. Итоговые работы

- Практическое задание: создание визуального и видеоконтента для социальных сетей.
- Презентация и анализ созданного контента

Раздел 4. Эффективные способы продвижения в соцсетях

Тема 1. Органическое продвижение: хештеги, конкурсы, сотрудничество с блогерами

- Как использовать органические методы для повышения видимости.
- Работа с блогерами и создание конкурсов.

Тема 2. Платное продвижение: реклама в социальных сетях (таргетинг)

- Основы настройки таргетированной рекламы.
- Оптимизация бюджета на рекламу.

Тема 3. Работа с блогерами и инфлюенсерами

- Как выбрать правильных инфлюенсеров.
- Сотрудничество и продвижение через лидеров мнений.

Тема 4. Итоговые работы

- Практическое задание: планирование кампании по продвижению с блогерами.
- Презентация и обсуждение плана.

Раздел 5. Оценка эффективности SMM-кампаний

Тема 1. Охват, вовлеченность и конверсия: ключевые метрики SMM

- Основные метрики и как их измерять.
- Влияние метрик на результаты кампаний.

Тема 2. Инструменты аналитики: Google Analytics и встроенные аналитические инструменты соцсетей

- Как пользоваться Google Analytics для отслеживания результатов.
- Встроенные инструменты аналитики в соцсетях.

Тема 3. Анализ результатов и корректировка стратегии

- Как интерпретировать данные и вносить изменения в стратегию.
- Улучшение кампании на основе аналитики.

Тема 4. Итоговые работы

- Практическое задание: анализ результатов SMM-кампании и предложения по её улучшению.
- Презентация и обсуждение результатов.

Раздел 6. Управление репутацией и кризисные коммуникации

Тема 1. Управление репутацией бренда

- Основы формирования положительного имиджа бренда.
- Как репутация влияет на успех в SMM.

Тема 2. Работа с негативом и кризисные коммуникации

- Стратегии реагирования на негативные комментарии и отзывы.
- Как минимизировать последствия кризиса.

Тема 3. Как превратить критику в возможность для роста

- Как использовать негативный опыт для улучшения стратегии и укрепления репутации.
- Кейсы успешного выхода из кризиса.

Тема 4. Итоговые работы

- Практическое задание: разработка плана антикризисных действий для бренда.
- Презентация и обсуждение антикризисных стратегий.

Раздел 7. Карьерное развитие в SMM

Тема 1. Карьера в SMM: профессии и перспективы

- Обзор профессий в сфере SMM: менеджер соцсетей, контент-менеджер, копирайтер и другие.
- Возможности карьерного роста и профессионального развития.

Тема 2. Личный бренд в социальных сетях

- Основы построения личного бренда в соцсетях.
- Как использовать личные соцсети для профессионального продвижения.

Тема 3. Построение портфолио для SMM-специалиста

- Как собрать и оформить примеры работ для успешного трудоустройства.
- Важность портфолио в карьере SMM-специалиста.

Тема 4. Итоговые работы

- Практическое задание: создание личного портфолио и стратегии развития личного бренда.
- Презентация и анализ портфолио.

Планируемые результаты

Личностные результаты:

- критическое отношение к информации и избирательность её восприятия;
- осмысление мотивов своих действий при выполнении заданий;
- развитие любознательности, сообразительности при выполнении разнообразных заданий проблемного и эвристического характера;
- развитие внимательности, настойчивости, целеустремленности, умения преодолевать трудности;
- развитие самостоятельности суждений, независимости и нестандартности мышления;
- воспитание чувства справедливости, ответственности;

- формирование профессионального самоопределения, ознакомление с миром профессий, связанных с робототехникой.
- формирование осознанного, уважительного и доброжелательного отношения к другому человеку, его мнению, мировоззрению, культур;
- освоение социальных норм, правил поведения, ролей и форм социальной жизни в группах и сообществах;
- формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками;
- формирование основ экологической культуры соответствующей современному уровню экологического мышления, развитие опыта экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях.

Метапредметные результаты:

Регулятивные универсальные учебные действия:

- умение принимать и сохранять учебную задачу;
- умение планировать последовательность шагов алгоритма для достижения цели;
- умение ставить цель (создание творческой работы), планировать достижение этой цели;
- умение осуществлять итоговый и пошаговый контроль по результату;
- способность адекватно воспринимать оценку учителя и сверстников;
- умение различать способ и результат действия;
- умение вносить коррективы в действия в случае расхождения результата решения задачи на основе ее оценки и учета характера сделанных ошибок;
- умение в сотрудничестве ставить новые учебные задачи;
- способность проявлять познавательную инициативу в учебном сотрудничестве;
- умение осваивать способы решения проблем творческого характера в жизненных ситуациях;

-умение оценивать получающийся творческий продукт и соотносить его с изначальным замыслом, выполнять по необходимости коррекции либо продукта, либо замысла.

Познавательные универсальные учебные действия:

-умение осуществлять поиск информации в индивидуальных информационных архивах учащегося, информационной среде образовательного учреждения, в федеральных хранилищах информационных образовательных ресурсов;

-умение использовать средства информационных и коммуникационных технологий для решения коммуникативных, познавательных и творческих задач;

-умение ориентироваться в разнообразии способов решения задач;

-умение осуществлять анализ объектов с выделением существенных и несущественных признаков;

-умение проводить сравнение, классификацию по заданным критериям;

-умение строить логические рассуждения в форме связи простых суждений об объекте;

-умение устанавливать аналогии, причинно-следственные связи;

-умение моделировать, преобразовывать объект из чувственной формы в модель, где выделены существенные характеристики объекта (пространственно-графическая или знаково-символическая);

-умение синтезировать, составлять целое из частей, в том числе самостоятельное достраивание с восполнением недостающих компонентов;

-умение выбирать основания и критерии для сравнения, сериации, классификации объектов;

Коммуникативные универсальные учебные действия:

-умение аргументировать свою точку зрения на выбор оснований и критериев при выделении признаков, сравнении и классификации объектов;

-умение выслушивать собеседника и вести диалог;

-способность признавать возможность существования различных точек зрения и права каждого иметь свою;

-умение планировать учебное сотрудничество с учителем и сверстниками: определять цели, функций участников, способов взаимодействия;

-умение осуществлять постановку вопросов: инициативное сотрудничество в поиске и сборе информации;

-умение разрешать конфликты: выявление, идентификация проблемы, поиск и оценка альтернативных способов разрешения конфликта, принятие решения и его реализация;

-умение управлять поведением партнера: контроль, коррекция, оценка его действий;

-умение с достаточной полнотой и точностью выражать свои мысли в соответствии с задачами и условиями коммуникации;

-владение монологической и диалогической формами речи.

Предметные результаты:

1. Навыки владения основами медиа журналистики:

- умение искать информацию в свободных источниках и структурировать ее;
- умение грамотно письменно и устно формулировать свои мысли в форме эссе, журналистских текстов разных форматов (газетный стиль, стиль радиожурналиста, телевизионный текст, работа в кадре на импровизации);
- умение аргументированно отстаивать свою точку зрения;
- навыки правильной техники речи (интонирование и эмоциональная окраска);
- навыки правильного дыхания;
- освоение начал риторики и ораторского мастерства.

2. Базовые навыки операторского мастерства: освоение постановки кадра (композиция, золотое сечение, свет, цвет) и других основополагающих правил в области фотографирования и видеосъёмки.

3. Базовые навыки нелинейного видеомонтажа, в том числе навыки работы с комплексным пакетом программ Adobe Creative Cloud.

4. Умение придумывать и реализовывать сценарии коротких роликов.

5. Навыки использования ресурсов сети Интернет в профессиональных целях.

Календарный учебный график.

Условия реализации программы

Формы аттестации. Формы отслеживания и фиксации образовательных результатов. Защита проектов, внутригрупповой конкурс (соревнования), презентация (самопрезентация) проектов обучающихся и др.

Формы предъявления и демонстрации образовательных результатов. Публичная защита проектов.

Методические материалы.

Особенности организации образовательного процесса – очно, с возможностью перейти в дистанционный формат.

Основные методы обучения.

1. **Словесный** (план занятия на доске, эмоциональность рассказа или эмоциональное отношение учителя к излагаемому. Мобилизация и удержание внимания учащихся во время рассказа. Для этого используется расчлененность рассказа на логически законченные части (после изложения каждой части педагог проверяет глубину и качество восприятия учениками материала), яркость, образность, эмоциональность языка, широкое использование средств наглядности.

2. **Объяснение**, а именно стройное и логически последовательное изложение учителем учебного материала, сочетающееся с наблюдениями учащихся за действием приборов, опытами, необходимыми записями.

3. **Беседа** (Во время беседы педагог, опираясь на имеющиеся у учащихся знания и практический опыт и пользуясь вопросами)

4. **Воспроизводящая беседа**, в ходе которой учащиеся, направляемые вопросами педагога, восстанавливают полученные ранее знания.

5. **Метод наблюдения**

6. **Метод упражнений.**

Формы организации образовательного процесса: групповая.

Формы организации учебного занятия - беседа, встреча с интересными людьми, диспут, защита проектов, игра, конкурс, конференция, круглый стол, лекция, мастер-класс, «мозговой штурм», наблюдение, открытое занятие, поход, праздник, практическое занятие, презентация, соревнование, тренинг, фестиваль, экскурсия.

Педагогические технологии - технология группового обучения, технология коллективного взаимообучения, технология развивающего обучения, технология проблемного обучения, технология дистанционного обучения (при необходимости), технология исследовательской деятельности, технология проектной деятельности, технология развития критического мышления через дискуссии, технология решения изобретательских задач, здоровьесберегающая технология.

Алгоритм учебного занятия

- краткое описание структуры занятия и его этапов;
- выдача дидактических материалов – раздаточные материалы либо оборудование, инструкционные, технологические карты, задания, упражнения;
- ознакомление с картой занятия и оборудованием;
- выполнение практической части с перерывами на физкультминутки;
- рефлексия, подведение итогов;
- приведение в порядок рабочего места.

Список использованной литературы

1. **А. Б. Чаплыгин.** *Как построить личный бренд в социальных сетях.*
2. **А. К. Рудакова.** *Маркетинг в социальных сетях: Как зарабатывать на контенте.*
3. **Гарретт, Р.** *Курс по SMM: Как создать и реализовать успешную стратегию в социальных медиа.*
4. **Дэйв Кера.** *SMM: Социальные медиа в маркетинге.*
5. **Котлер Ф., Армстронг Г.** *Маркетинг.*
6. **Котлер Ф., Келлер К.** *Маркетинг менеджмент.*
7. **Митчелл, Л.** *Социальные медиа: Превращение кликнувших в клиентов.*
8. **Петрова, Н. В.** *Аналитика в социальных сетях: Как собирать и анализировать данные для успешного SMM.*
9. **Рудзитис, А.** *Контент-маркетинг: Стратегии для привлечения клиентов в социальных медиа.*
10. **С. П. Беляева.** *Социальные сети: инструменты и технологии продвижения.*
11. **Шефер Д.** *Контент-маркетинг: Новая стратегия привлечения клиентов.*
12. **Я. А. Фёдоров.** *Секреты успешного продвижения в социальных сетях.*
13. **Злобина, А.** *SMM: Основы, стратегии и практические советы.*
14. **Калинин, С.** *Психология в SMM: Как завоевать доверие аудитории.*
15. **Кочергина, Е.** *Продвижение в Instagram: Полное руководство.*

16. **Лапина, И.** *Продвижение бизнеса в Facebook: Эффективные стратегии.*
17. **Смирнов, Р.** *Как создать успешный YouTube-канал: Пошаговое руководство.*
18. **Тимофеева, А.** *Создание и ведение блога: Как привлечь аудиторию.*
19. **Фалалеев, Д.** *Как использовать TikTok для продвижения бизнеса.*
20. **Широков, Н.** *Кризисные коммуникации в социальных сетях: Как реагировать на негатив.*