

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению практических работ по
дисциплине

Разработка и ведение аккаунта в социальной сети

Направление подготовки 08.03.01 Строительство

Направленность (профиль) Проектирование зданий

Ставрополь

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	4

ВВЕДЕНИЕ

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Методические указания к практическим занятиям «**Разработка и ведение аккаунта в социальной сети**» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Целью методических указаний дисциплины «Разработка и ведение аккаунта в социальной сети» - является способствовать формированию знаний, умений и навыков, позволяющих анализировать существующие и создавать собственные аккаунты в социальных сетях.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать представление о специфике социальных сетей;
- овладеть основными этапами создания аккаунта в социальной сети;
- изучить базовые технологии, необходимые для создания аккаунта в социальной сети;
- освоить представление об особенностях подготовки текстов и фотоматериалов;
- изучить вопросы дизайна создания грамотной навигации аккаунта в социальной сети;
- изучить технологии продвижения аккаунта в социальной сети.

ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1

Тема занятия: Анализ аккаунтов в социальной сети, близких по концепции проектируемого аккаунта

Цель: проанализировать профили и приемы других аккаунтов, близких по концепции проектируемого аккаунта

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: анализ аккаунтов в социальной сети – необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Выделиться в социальной сети становится все сложнее. Если раньше было достаточно иметь несколько шаблонов и определиться с фильтром для фотографий, то сейчас бывает мало даже спродюсированных фотосессий и продуманных выкладок публикаций.

Минимальная концептуальность аккаунта сегодня в целом нужна каждому, так как многие страницы в социальной сети из одной сферы выглядят клонами друг друга. Одни и те же ракурсы моделей, похожая подача текста и очевидная обработка фото в одних и тех же редакторах.

Вопросы:

1. Анализ аккаунтов социальной сети, которые могут служить образцом для проектируемого аккаунта.
2. Составление мудборд понравившихся фотографий и концепций других аккаунтов.

Задания:

1. Проанализировать аккаунты, близких по концепции проектируемого аккаунта. Составить свой топ-10 из лучших аккаунтов, отметив тематику профилей и их контент.
2. Составить мудборд понравившихся фотографий и концепций других аккаунтов.
3. Оформить свой анализ в виде презентации.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.**Основная литература:**

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. [Контент-план для социальных сетей / Skillbox Media](#)

Практическое занятие 2

Тема занятия: Разработка аккаунта в социальной сети

Цель: создать и разработать концепцию аккаунта

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: разработка концепции аккаунта – необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Появление социальной сети ВКонтакте, как и других успешных проектов, начиналось с интересной идеи, которую основателям удалось воплотить в реальность. Если некоторые из них со временем потеряли свою популярность или вообще претерпели фиаско, то VK и сегодня занимает лидирующие позиции.

Согласно статистике SimilarWeb, на январь 2019 г. сайт соцмедиа vk.com является вторым по популярности среди пользователей в России. Как думаете, кто в лидерах? Конечно же, yandex.ru. Хотя в рейтинге Alexa топовые места выглядят немного иначе: vk.com занимает третью строчку – популярнее среди пользователей Рунета оказались youtube.com и yandex.ru.

Всем известно, что главным создателем ВКонтакте считается Павел Дуров – яркая личность и талантливый программист. Еще в студенческие годы он активно развивался, например, создал форум Санкт-Петербургского государственного университета.

По воле случая, об этом узнал его одноклассник Вячеслав Мирилашвили, с которым они потеряли связь 7 лет назад. Обучаясь в американском университете, Вячеслав обратил внимание, насколько быстро популяризируются социальные сети. С этой идеей он и «пришёл» к Дурову, отправив судьбоносное письмо на его электронную почту. Вскоре они обсуждали перспективную идею поиска одноклассников и однокурсников посредством сети интернет.

К моменту разработки ВКонтакте у Дурова было практически всё — знания и опыт в программировании, понимание целевой аудитории и база лояльных участников студенческого форума, но не было денег. Этот вопрос решил Мирилашвили.

Веб-сайт vkontakte.ru зарегистрирован 1 октября 2006 года, но полагается, что дата запуска соцсети совпадает с Днем рождения её создателя — 10 октября этого же года, когда ВКонтакте обрывает своим первым функционалом.

Вы уже догадались, откуда пришли первые пользователи социальной сети? Конечно, с университетского форума, в котором Дуров пока продолжал оставаться администратором. Поначалу регистрация студентов происходила по приглашениям с указанием своего настоящего имени и фамилии. Примерно через месяц появилась свободная регистрация, а численность пользователей постепенно возрастала.

Никнейм.

Лучшее, что можно сделать для продвигаемого бренда — придумать простой и понятный никнейм, который запишет на слух и школьник, и его бабушка. В этом вопросе главное правило — не усложнять. Обычно пользователь вводит новый никнейм не больше 2–3 раз, если нужный аккаунт не находится, он легко переключается на другой бренд.

Избегайте:

Как ведёт соцсети Apple — подробный разбор с примерами хорошего оформления профилей

- Знаков препинания и символов (точки, нижние подчеркивания). Знаки индексируются так же, как и буквы, поэтому @pp_r и @pprr — два разных аккаунта и пользователь запутается.
- Никнеймов из трех и более слов, особенно если они разбиты точками. Легко ошибиться при вводе текста и можно потерять клиента еще до того, как он с вами познакомился. Попробуйте ввести @thehampschoolchelsea в поиске и вы поймете, о чем я.
- Повторять названия известных брендов. Допустим, ваш аккаунт называется @appleshopsamara. При вводе этого никнейма пользователь сначала увидит аккаунты @apple и @applemusic, а потом все остальное.

Как правильно

- Используйте простые и понятные слова, которые легко записать на слух.
- Если в названии профиля 2–3 слова, пишите никнейм без точек и нижних подчеркиваний.

Но лучше — сократите до одного слова.

- Постарайтесь придумать название, которое не повторяет известные бренды.
- Идеально, если никнейм будет коротким и легко запоминается, например, @ohmylook, @tsvetnoy и @idocvm.

Вопросы:

1. Создание аккаунта.
2. Создание уникального логина.
3. Переход на бизнес-профиль
4. Правила ведения аккаунта и его защита от взлома.
5. Поиск и подписка на своих друзей.

Задания:

1. Создать аккаунт можно с помощью смартфона или планшета на Android и iOS, скачав приложение в PlayMarket и AppStore. Или с помощью персонального компьютера с операционной системой Windows 8 и выше.

- Скачиваем приложение на устройство.
- Нажимаем на иконку на десктопе. Открывается окно регистрации.
- Выбираем пункт «Зарегистрироваться». Все официальные каналы для рекламы доступны только с профилем.

- Выбираем имя пользователя.
- Вам на почту приходит письмо для подтверждения аккаунта. Переходите по ссылке в письме и подтверждаете права на аккаунт.

2. Создайте уникальный и запоминающийся логин аккаунта.

Чтобы найти настройки безопасности:

- Откройте свой профиль.
- Нажмите на три полоски в правом верхнем углу экрана.
- Выберите **Настройки**.
- Перейдите в раздел **Безопасность**.

Как настроить двухфакторную аутентификацию в социальной сети

Чтобы подстраховаться на случай утечки пароля, включите двухфакторную аутентификацию. Каждый раз, когда кто-то попытается авторизоваться на новом устройстве от вашего имени, соцсеть будет запрашивать одноразовый код из SMS или из специального приложения. Таким образом, вы всегда будете знать о попытках входа, а взломать ваш аккаунт, не зная кода, будет невозможно.

Чтобы включить двухфакторную аутентификацию:

- Выберите **Двухфакторная аутентификация**.
- Нажмите **Начать**.
- Выберите, как вы хотите получать коды: через **SMS** или в **приложении для двухфакторной аутентификации**.

Дополнительный бонус — после включения этой функции соцсеть выдаст вам **резервные коды**. Они помогут вам войти в профиль, если под рукой нет телефона, на который должны приходить SMS или на котором установлено приложение для генерации одноразовых кодов. Перепишите резервные коды и храните в надежном месте.

5. Найдите друзей и подпишитесь на них.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Уланткова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. [Контент-план для социальных сетей / Skillbox Media](#)

Практическое занятие 3

Тема занятия: Составление контент-плана для социальной сети

Цель: составить контент-план в социальной сети.

Формируемые компетенции:УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом.— необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Контент-план — заранее составленный график публикаций постов с уже выбранным контентом на определенный срок

За основу взят общий шаблон контент-плана. Выглядит он самым простым образом — таблица в excel с полным описанием поста. Для того, чтобы Вам было проще понять, посмотрите пример формы.

[illegible]

Перед тем, как сделать таблицу для контента в социальной сети, Вам нужно ответить на основные вопросы: Кому? Как часто? Когда? Где? Что? Паниковать не нужно, далее я подробно раскрою каждый из них.

Вопросы:

1. Свой стиль визуального оформления профиля.
2. Оформление хайлатов.
3. Контент

Задания:

Шаг 1: нарисуйте таблицу в excel, укажите всю информацию, согласно примеру, смотрите, он выше, дублировать его не буду. Шаг 2: укажите дни недели и время выхода постов.

Шаг 2: укажите дни недели и время выхода постов.

День недели	Время	Площадка	Стиль поста	Описание поста	Картинка	Текстовое наполнение	Хэштег	Геопозиция
понедельник	с 11 до 13							
	с 17 до 20							
вторник	с 11 до 13							
	с 12 до 15							
	с 17 до 20							
среда	с 17 до 20							
	с 21 до 23							
четверг	с 11 до 13							
	с 12 до 15							
	с 17 до 20							
пятница	с 11 до 13							
	с 17 до 20							
суббота	с 11 до 13							
	с 17 до 20							
воскресенье	с 11 до 13							
	с 17 до 20							
	с 21 до 23							

Шаг 3: напишите площадку и вид каждого поста для того, чтобы не ошибиться с видами постов.

Пример.

День недели	Время	Площадка	Стиль поста	Описание поста	Картинка	Текстовое наполнение	Хэштег	Геопозиция
понедельник	с 11 до 13	сторис	развлекательный					
	с 17 до 20	лента	информативный					
вторник	с 11 до 13	лента	продающий					
	с 12 до 15	сторис	вовлекающий					
среда	с 17 до 20	лента	информативный					
	с 17 до 20	лента	развлекательный					
четверг	с 21 до 23	сторис	вовлекающий					
	с 11 до 13	лента	вовпевающий					
пятница	с 12 до 15	сторис	развлекательный					
	с 17 до 20	лента	информативный					
суббота	с 11 до 13	сторис	вовпевающий					
	с 17 до 20	лента	продающий					
воскресенье	с 11 до 13	сторис	информативный					
	с 17 до 20	сторис	развлекательный					
	с 21 до 23	лента	вовпевающий					

Шаг 4: заполните ближайшие 3 поста: картинка/видео, текст, хэштеги, ссылка/геолокация.

Пример.

День недели	Время	Площадка	Стиль поста	Описание поста	Картинка	Текстовое наполнение	Хэштег	Геопозиция
понедельник	с 17 до 20	лента	информативный	рецепт		Уютный кефирный кекс-маковый с домашней сметаной и наполненной, сочной начинкой 🍰 Это здоровый, полезный завтрак или перекус, который готовится очень быстро и просто ☺ Ингредиенты: •Кефир •Цельнозерновая мука •Фитпарад •Яйцо Смешать все, кроме яйца до состояния густой сметаны. Взбить яйцо и добавить к мучной массе. Можно добавить пряности: корицу, мускатный орех или лимонную цедру. И в разогретую духовку до 170°C примерно на 30 минут до появления запаха и легкой корочки золотой корочки.	#полезныйзавтрак #кулинарныесоветы #рецепты #лайфхак	Москва

Главное помните, что описывать пост Вы должны таким образом, чтобы при его публикации у Вас не возникли вопросы. Просто скопировали все и выложили. То есть фото должно быть уже обработанным, а текст оформленным, с остальным и так понятно.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Уланткова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1.Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. [Контент-план для социальных сетей / Skillbox Media](#)

Практической занятие 4

Тема занятия: визуализация аккаунта социальной сети.

Цель: разработка визуального контента в социальной сети.

Формируемые компетенции или: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом – необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети.

Теоретическая часть.

По статистике, более 80% пользователей подписаны в социальной сети хотя бы на один аккаунт бренда. Поэтому сегодня мало кто сомневается в ценности этой платформы для бизнеса.

При этом компании уже давно начали обращать внимание на создание единого образа бренда: сюда входит и шапка профиля, и цветовые схемы, и композиция, и единый стиль обработки фотографий. Но многие забывают, что аватарка — такая же важная составляющая аккаунта, как и все остальное.

Почему? Фото профиля в социальной сети — это визитная карточка бренда. По сути, это первое, что видят пользователи, попадая к вам на страницу.

Представьте, что вы заходите в пекарню, где есть большой прилавок с пирожными. Обычно они лежат за стеклянной витриной, так что вы не можете почувствовать их аромат. Какое пирожное вы купите? Скорее всего, то, что выглядит наиболее аппетитно.

То же самое происходит и с вашей аватаркой. Поэтому фото профиля в социальной сети важнее, чем может показаться на первый взгляд.

Фото профиля в социальной сети отображается с разрешением 320×320 пикселей и с соотношением сторон 1:1. На экранах смартфонов и в десктопной версии оно отображается в виде маленького кружка, поэтому следите за тем, чтобы в нём отображалось всё самое важное.

Чтобы аватарка была высокого качества, лучше загружать изображение с более высоким разрешением — 1000×1000 пикселей и выше.

Казалось бы, зачем вообще заморачиваться по поводу таких маленьких картинок? Неужели они на что-то влияют? Еще как. Несмотря на то, что фото профиля в социальной сети и правда очень скромное по своим размерам, оно является неотъемлемой частью бренда и его позиционирования.

Один из важных аспектов здесь — узнаваемость. Фото профиля в социальной сети — это что-то вроде логотипа McDonald's. За аватаркой всегда стоит конкретный образ бренда или человека, поэтому стоит потратить немного времени, чтобы сделать ее подходящей именно вам.

Эти принципы оформления фото профиля подойдут для любых социальных сетей. Будет даже лучше, если вы будете использовать одну и ту же аватарку для всех каналов бренда. Так люди смогут легко найти вас на разных платформах и узнать среди сотен и тысяч других фотографий с первого взгляда.

Для начала подумайте, что будет на вашей аватарке: личная фотография или логотип бренда.

Поставить фото конкретного человека имеет смысл для личного бренда: индивидуальных предпринимателей, авторов, блогеров, инфлюенсеров, фрилансеров, экспертов, консультантов и т.д.

Логотип же больше подойдет для бизнес-аккаунтов с несколькими владельцами и большой командой. Например, из сферы розничной торговли, СМИ, профессиональных услуг и т.д.

Советы:

Постите фото хорошего качества размером не менее 1080 x 1080;
Делайте больше кадров — будет из чего выбрать;
Используйте больше эмоций в фото, оно должно цеплять;
Придайте фотографии красок, яркие цвета лучше воспринимаются;
Создавайте собственный фильтр и Ваш аккаунт будет отличаться;
Обрабатывайте фото в одном стиле — создавайте целостную картину профиля;
Делайте фото деталей и полных образов — сможете разнообразить профиль; Фотографируйте при хорошем освещении или дневном свете + протрите линзу;
Добавляйте контрастный текст если он нужен и оригинальные шрифты на фото, чтобы отличаться.

Вопросы:

1. Создание уникальной аватарки в социальной сети.
2. Разработка визуализации аккаунта.

Задания:

1. Проанализировать аватарки других аккаунтов. Составить топ 10 аватарок аккаунтов, похожих на проектируемый.
2. Создать и загрузить на аккаунт уникальную аватарку.
3. Создать мудборд своего аккаунта из 9 фотографий. Представить его в виде презентации.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**Основная литература:**

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410(26.01.2024)).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613(26.01.2024)).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=4287>

Интернет-ресурсы:

1. [Контент-план для социальных сетей / Skillbox Media](#)

Практическое занятие 5

Тема занятия: Анализ целевой аудитории, целеполагание, аватар клиента.

Цель: проанализировать целевую аудиторию проектируемого издания

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом – необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

У любого товара есть свой покупатель. Поэтому не буду умничать, а скажу простую истину — тематика любого контента должна быть нацелена на публику, заинтересованную в Вашей теме. Например, у Вас аккаунт шоурума белых блузок для девушек, составим аватар клиента, у Вас он будет такой:

Общая информация: девушка Наталья, 30 лет, замужем. Работает в “Сбербанке” управляющей. Есть ребенок — 7 лет.

Доход: общая зп на семью 85 000 руб. Живут в Москве, квартира в собственности, есть машина и гараж.

Хобби: в свободное время занимается семьей и ходит в спорт. зал.

Один раз в два месяца ездит с семьей в магазин за одеждой.

Исходя из данного, пускай даже мини-портрета, мы уже видим, что Наталья работает в банковской структуре по классической схеме — с утра до вечера.

То есть в социальной сети она может заходить либо вечером после работы и домашних дел — после 21.00, либо в обеденный перерыв.

Отталкиваясь от места работы делаем вывод, что Наталье как управляющей важен деловой стиль в одежде — 5 дней в неделю, поэтому для части контента будем использовать примеры деловых образов и сочетаний в одежде. А дополнительным контентом, так как у Натальи есть ребенок, будем рассказать о том, как правильно выводить различные пятна с белых блузок.

В чем же разница между целевой аудиторией и аватаром клиента? Разве это не одно и то же? И да, и нет. Но, думаю, лучше это пояснить и объяснить пошагово.

К примеру, у вас магазин музыкальных инструментов. Кто ваши клиенты? “Ну, конечно же, все, кто любит музыку или хочет научиться играть”, ответите мне вы. И отчасти будете правы. Хорошо.

Но если начать разбираться подробнее, то это: Профессиональные музыканты от 25 до 40 лет; Мамы детей, которые обучаются в музыкальной школе, в возрасте от 30 до 40 лет; Молодые люди от 14 до 22 лет, только принявшие решение заниматься музыкой.

В случае же с аватаром, это будет выглядеть так:

Иван. 27 лет. Работает гитаристом в вокально-инструментальном ансамбле (я просто не знаю как называются приличные группы, которые по вечерам играют в ресторанах), который работает по вечерам в крупных ресторанах;

Марина. 35 лет. Замужем. Двое детей. Мальчик и девочка. Мальчик, Вадим, 6 лет, ходит в спортивную секцию (хоккей). Дочка, Анжела, 9 лет. Захотела заниматься музыкой, повели в музыкальную школу на класс фортепьяно.

Сергей. 14 лет. Насмотрелся роликов на Ютубе, решил научиться играть на гитаре. Поскольку он достаточно

решил научиться играть на гитаре. Поскольку он достаточно продвинутый, то обучаться решил по интернету, осталось купить инструмент. Думаю, вы понимаете, что в первом случае (мамы детей, обучающихся в музыкальных школах) — это целевая аудитория. А вот аватар клиента (Марина, 35 лет..) — это детальная проработка целевой аудитории. То есть глубокое, пошаговое описание представителя любой целевой аудитории.

Получается, что целевая аудитория — это обобщенная группа, а аватар клиента — это одна (самая яркая) личность из этой группы.

Целевая аудитория.

Мамы Возраст от 30 до 40 лет;

Замужем;
Дети, обучаются в музыкальной школе или посещают репетитора;
Ребенок, как правило, в семье не один;
Муж работает. Работа у него, как правило, офисная (то есть не связана с тяжелым физическим трудом);
Женщины, работают, работа не связана с физическим трудом и зачастую не является дополнительным заработком для семьи (основные деньги в семье зарабатывает муж);
Крайне редко задерживаются на работе;
Живут в своей квартире (1-2 комнаты);
Сами разбираются в музыке весьма посредственно, играть на музыкальных инструментах тем более не умеют, но считают, что это очень круто и поможет ребенку в жизни;
Не слишком продвинуты в плане пользования интернетом, поэтому покупать будут только в розничном магазине. Самая главная задача — купить недорогой, но качественный инструмент, желательно в магазине с опытом (без рисков) и с подачи преподавателя.

Аватар клиента.

Марина; 35 лет;

Замужем. Мужа зовут Роман, ему 38 лет;

Образование высшее, бухгалтер;

Двое детей. Мальчик и девочка. Мальчик, Вадим, 6 лет, ходит в спортивную секцию (хоккей).

Дочка, Анжела, 9 лет. Захотела заниматься музыкой, Марина естественно одобрила такое желание, считая, что это разовьет творческие способности ребенка, да и будет полезно в будущем. Анжелу отправили учиться в музыкальную школу на класс фортепьяно, так как для девочки, по мнению Марины — это самый подходящий класс и музыкальный инструмент;

Роман работает руководителем отдела продаж в небольшой оптовой компании, торгующей строительными материалами;

Марина работает бухгалтером в МУП “Водоканал”;

Роман и Марина не имеют никакого отношения к музыке;

В принятии решений по бытовым вопросам принимает решения Марина;

Семья проживает в 2-х комнатной квартире, которая куплена в ипотеку. Главная задача — купить фортепьяно для Анжелы, которое будет соответствовать требованиям и рекомендациям преподавателя, но при этом такой инструмент помимо соотношения цена/качество можно будет купить в рассрочку.

Главный страх — купить инструмент, который может сломаться, а фирма откажется его чинить.

Второстепенный страх — купить инструмент, а дочь перестанет заниматься музыкой. Так примерно должна быть расписана целевая аудитория и аватар клиента.

Вопросы:

1. Анализ целевой аудитории.
2. Анализ аватара клиента.

Задания:

1. Расписать целевую аудиторию.
2. Расписать аватар клиента.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. -

ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. <https://targetmonster.ru/marketing/avatar-klienta-bez-kotorogo-ne-sdelat-effektivnoi-reklamy/> - Аватар клиента, без которого не сделать эффективной рекламы

Практической занятие 6

Тема занятия: Подготовка текстов для размещения в онлайн- медиа

Цель: подготовить тексты постов в социальной сети

Формируемые компетенции или их части: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Пост в социальной сети – это текст, который выставляется пользователями платформы вместе с фото или видео. *Лимит текста – 2200 знаков.*

Это один из основных инструментов продвижения странички , товара или услуги в социальной сети.

Для составления заголовка поста в социальных сетях рекомендуем воспользоваться методом 4U:

- полезность;
- специфичность;
- срочность;
- уникальность.

Не стоит заикливаться на всех 4-х параметрах, но лучше учесть как минимум два.

- «Как быстро сделать пропуск в Москве» (топовый запрос 2020 г.);
- «Как быстро похудеть в домашних условиях»;
- «Как найти квалифицированного сотрудника бесплатно»;
- «Что нужно знать при покупке квартиры на вторичном рынке»;
- «Как быстро выучить английский язык»;
- «Быстрый способ сесть на шпагат»;
- «Только до 30 мая скидка 50 % на весеннюю коллекцию».

Хорошо привлекают заголовки с цифрами и фактами.

- «ТОП-10 мифов, о которых умалчивает история»;
- «5 фактов о Бали».

Заключение

Это готовый вывод и призыв.

У читателя не должно остаться недопонимания, он не должен гадать «так что в итоге делать-то?!».

После прочтения поста у него должно быть понимание своих дальнейших действий.

Даже если у вас сложные юридические темы, **подписчикам нужно доносить информацию легко.** Можно даже в игровой форме.

Пост должен вызывать эмоции.

Не пишите монотонные тексты, читатель заскучает и отпишется.

Чередуйте позитивные, негативные и полезные посты. А чтобы не попасть в бан, поддерживайте дружескую атмосферу и не нарушайте права человека.

Виды постов:

1. Продающий пост– основной вид для бизнес-профилей.

Цель поста – продать товар/услугу.

Самый простой путь создания продающего текста – использование формулы AIDA:

- *внимание;*
- *интерес;*
- *желание;*
- *действие.*

✓ **Привлекаем внимание** в заголовке.

✓ **Удерживаем** интерес во введении и основной части.

✓ Там же **вызываем желание** купить.

✓ А в заключении – **побуждаем к действию**.

Попробуйте сделать бонус, подарить промокод или снизить цену на несколько дней для стимулирования.

Призывом могут быть фразы: подпишись; напиши в директ для приобретения товара; когда будешь листать сайт, загляни «сюда» и т.п.

С помощью призывов мы можем добиваться разных целей. В том числе можем собрать рассылочную базу для дополнительных продаж. Тогда наша задача – мотивировать подписчика написать что-либо нам в Директ.

2. Вовлекающий пост– чтобы не соскучились.

Помните, что подписчики – это не роботы, а обычные люди, которым нужно отдыхать и развлекаться.

Придумывайте рубрики и вовлекайте пассивного читателя. Тем самым вы повышаете лояльность. Подойдут игры, опросы, конкурсы, розыгрыши и т.п.

Вопросы:

1. Виды постов в социальной сети
2. Создание продающих постов в социальной сети

Задания:

1. Напишите цель, план, тезисы 6 постов в социальной сети.
2. Составьте список из 20 идей для постов.
3. Напишите 6 постов для своего аккаунта.

Пост должен состоять из:

заголовка;

введения;

основной части;

заключения.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. <https://yagla.ru/blog/marketing/kak-delat-prodayushchie-posty-10-formul-s-primerami--2208u96864/> - Продающие посты

Практическое занятие 7.

Тема занятия: работа с дополнительными форматами.

Цель: ознакомиться с дополнительными форматами, в частности – форматом IGTV

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Что вообще за видеоконтент и чем отличается от Историй и Прямых Эфиров? Видео похожего формата — вертикальные. Но эти видео нужно сделать заранее и после загружать. Но зато есть прокрутка вперёд-назад во время просмотра. Длительность — от 60 секунд до 15 минут (для загрузки с телефона) и не дольше часа (если сделать с компьютера).

Видео также можно лайкать и комментировать, у них есть статистика (если сделать бизнес-аккаунт или аккаунт автора). А в описание можно добавить кликабельную ссылку на внешний сайт. В любом аккаунте в Сторис можно добавить ссылку на видео. А в ленту можно выложить предпросмотр со ссылкой на полное видео.

Вопросы:

1. Видеоконтент как способ продвижения

Задания:

1. Составьте топ 10 из идей для видеоконтента.
 2. Напишите сценарный план для видео.
 3. Снимите видео, загрузите на аккаунт и напишите название и описание для видео. Если оставите переключатель «Опубликовать предпросмотр», то первые 60 секунд видео появятся в вашей ленте со ссылкой на полную версию видео.
- Здесь же можно отредактировать, какая часть видео будет показываться в ленте («Редактировать предпросмотр») и кадрировать обложку («Редактировать обложку»).

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410(26.01.2024)).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613(26.01.2024)).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. [Подробный гид по видам видеоконтента для соцсетей \(smmplanner.com\)](http://smmplanner.com)

Практическое занятие 8

Тема занятия: Истории как инструмент продвижения

Цель: создать Истории в проектируемом аккаунте

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Stories – это минирепортажи со сроком действия в 24 часа, им нельзя поставить лайк, их невозможно прокомментировать. Можно только написать сообщение напрямую автору. Посты удаляются автоматически, не оставляя после себя упоминаний.

Вопросы:

1. Основные лайфхаки продающих сторис последнего времени.
2. Повышение вовлечённости аудитории с помощью сторителлинга и игровых техник

Задания:

1. Ознакомиться с 40 лайфхаками оформления сторис на сайте <https://instaplus.me/blog/insta-lifhacks/> -
2. Снять по 8 сторис течение 6 дней, используя изученные лайфхаки.
3. Сделать скриншот статистики.
4. Сделать вывод: когда охват был максимально большой, какие фишки сторис вызвали наибольший отклик у аудитории.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410(26.01.2024)).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. [Истории во ВКонтакте – как добавить сторис в ВК от себя или от имени группы \(smmplanner.com\)](http://smmplanner.com)

Практическое занятие 9

Тема занятия: Хайлатсы как способ продвижения в социальной сети

Цель: создать хайлатсы для аккаунта в социальной сети

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Highlights («хайлайтс», «альбом сторис») – альбом сохраненных историй, которые отображаются в аккаунте в социальной сети. Сценарий их использования разнообразный.

Вопросы:

1. Цель создания хайлатсов.
2. Визуальное оформление хайлатсов.

Задания:

1. Расписать сценарный план для создания 3 хайлатсов по 8 сторис в каждом.
3. В течение недели постить Истории, которые войдут в контент проектируемых хайлатсов.
4. Оформить хайлатсы в соответствии с визуализацией аккаунта.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

Практическое занятие 10

Тема занятия: Прямой эфир в социальной сети

Цель: проведение прямого эфира с подписчиками

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Прямой эфир в любой соцсети — формат видео, который транслируется зрителям в реальном времени, здесь и сейчас. Возможность вести прямые трансляции появилась в 2017 году. Каждые несколько месяцев у этого формата появляются новые фишки — возможность накладывать маски, вести совместные эфиры с другими пользователями, получать вопросы от зрителей прямо во время эфира и другие.

- Прямые эфиры попадают в самое начало ленты сторис. Обложка при этом дополняется биркой «прямой эфир».
 - Прямые эфиры выделяются на фоне обычных сторис и постов в ленте, а более того, здесь меньше конкуренции, чем в других форматах. Прямой эфир — формат для смелых.

Вопросы:

1. Что такое прямой эфир и как к нему подготовиться?
2. Типы прямых эфиров.
3. Как работать с аудиторией во время прямого эфира?

Задание:

1. Изучить интернет-ресурс [Прямая трансляция в ВК, социальная сеть, Фейсбуке и Одноклассниках — как к ней подготовиться \(smmplanner.com\)](#)
2. Предложить 5 тем для прямого эфира.
3. Разработать сценарный план прямого эфира.
4. Создать прямой эфир на 30 мин.
5. По окончании прямого эфира сделать скриншот о количестве пользователей, участвующих в нем и оставляющих комментарии. Сделать вывод.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410(26.01.2024)).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Уланткова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613(26.01.2024)).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы: [Прямая трансляция в ВК, социальная сеть, Фейсбуке и Одноклассниках — как к ней подготовиться \(smmplanner.com\)](#)

Практическое занятие 11

Тема занятия: Использование Клипы в профиле.

Цель: научиться использовать Клипы в профиле

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Клипы — короткие видеоролики в социальной сети, которыми можно поделиться с другими пользователями. Такой формат был позаимствован у Тик Ток. Так как Клипы в социальной сети — пока нововведение, конкуренция здесь сравнительно низкая, поэтому продвигаться в топ рекомендаций легче, чем в ТикТок. В этом плане Клипы также выгодны по сравнению с обычными постами в социальной сети. Чтобы попасть в рекомендации Клипы и начать зарабатывать на продаже товаров, услуг, раскрутке личного бренда, используйте идеи и приемы, которые мы собрали в этом материале.

Основная задача формата Клипы — развлекать пользователей. Алгоритм Клипы настроен показывать в ленте максимальное количество развлекательного, дружелюбного, расслабляющего, смешного контента. В рекомендации Клипы могут попасть ролики как начинающих, так и раскрученных блогеров. В рекомендации бесконечной ленты Клипы нужно стремиться попасть, так как: нахождение в ТОП рекомендаций Клипы поможет бесплатно привлечь внимание новых подписчиков и сэкономить бюджет на рекламу; за счёт Клипы можно повысить охваты, вовлечённость пользователей и продвинуть аккаунт.

Формат Клипы позволяет: создавать, редактировать ролики продолжительностью 0,1-60 секунд; добавлять аудиотреки в зависимости от региона; добавлять маски, эффекты (фильтры, проекции, объектов, интерактивный AR-контент); воспользоваться режимом ретуширования; воспользоваться функцией GreenScreen — снимать видео на фоне других роликов и фото; добавлять описания, отмечать других участников.

Вопросы:

1. Что такое Клипы?
2. Как устроен алгоритм Клипы?
3. Способы продвижения с помощью Клипы?

Задания:

1. Изучить алгоритмы Клипы и способы продвижения на информационном ресурсе: [Гайд по работе с клипами в Вконтакте: создаем, настраиваем, рекламируем — Маркетинг на vc.ru](#)
2. Составить топ 10 идей Клипы для проектируемого аккаунта.
3. Снять ролик, оформить его и выгрузить в профиль.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. [Гайд по работе с клипами в Вконтакте: создаем, настраиваем, рекламируем — Маркетинг на vc.ru](#)

Практическое занятие 12

Тема занятия: Приложения и боты для работы в социальной сети.

Цель: ознакомиться с приложениями и ботами для работы в социальной сети.

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Для облегчения работы блогеров и предпринимателей, для которых скорость постинга имеет значение, существуют специальные программы по работе с видео и фото.

Вопросы:

1. Популярные приложения для работы с фото и видео.
2. Сервисы для работы с текстом.
3. Боты-помощники.

Задания:

1. Ознакомиться с программами и ресурсами с помощью интернет-ресурса: [8 бесплатных ботов для «ВКонтакте», которые сэкономят ваше время и нервы \(texterra.ru\)](#)
2. Создать и опубликовать 3 поста в аккаунте, используя изученные приложения и ботов, объяснить почему и для чего были выбраны именно они.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. [8 бесплатных ботов для «ВКонтакте», которые сэкономят ваше время и нервы \(texterra.ru\)](https://texterra.ru)

Практическое занятие 13

Тема занятия: Тренды в социальной сети.

Цель: ознакомиться с основными трендами в социальной сети.

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

В социальных сетях тенденция рождается из оригинальных идей пользователей: их подхватывают, копируют и делают трендом.

Вопросы:

1. Тренды прошлых лет
2. Тренды обработки и создания фото
3. Тренды в составлении ленты

Задания:

1. Ознакомиться с трендами [Тренды соцсетей: что будет популярно в 2024 году \(teachline.ru\)](https://teachline.ru)
2. Составить топ 10 из трендов, актуальных для проектируемого аккаунта
3. Используя тренды создать 2 поста и 8 Историй, объяснить свой выбор.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=42874>

Интернет-ресурсы: 1. [Тренды соцсетей: что будет популярно в 2024 году \(teachline.ru\)](https://teachline.ru)

Практическое занятие 14

Тема занятия: Организация работа с лидерами мнений

Цель: ознакомиться с особенностями организации работы с лидерами мнений

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Инфлюенсеры или лидеры мнений — личности, способные влиять на общественное мнение за счет своего авторитета. К ним можно отнести не только политиков, звезд кинематографа или известных спортсменов — некоторые блогеры в социальных сетях сейчас имеют не меньшее влияние. Лидер общественного мнения — тот, кто ведет активную социальную жизнь, кто-то, о ком много и часто говорят. Для маркетологов поиск и привлечение лидеров общественного мнения может иметь решающее значение в охвате ранее не задействованной аудитории при продвижении продукта.

Вопросы:

1. Кто такие лидеры мнений
2. Какие бывают лидеры мнений
3. Поиск лидеров мнений

Задания:

1. Ознакомиться с интернет-ресурсом: <https://sendpulse.com/ru/blog/opinion-leaders> - Как правильно наладить работу с лидерами мнений.
2. Проанализировать лидеров мнений в своем городе.
3. Составить список из 10 лидеров мнений, с которыми можно было бы сотрудничать.
4. Написать и предложить сотрудничество с одним из лидеров мнений. Узнать условия сотрудничества.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410> (26.01.2024).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

<https://sendpulse.com/ru/blog/opinion-leaders> - Как правильно наладить работу с лидерами мнений.

Практическое занятие 15

Тема занятия: Таргетированная реклама

Цель: изучить правила таргетированной рекламы

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: умение управлять контентом - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Настроек в рекламном кабинете очень много, но одна из самых важных - настройка индивидуальной аудитории. Ваш пост видят не все ваши подписчики. Эта настройка поможет показать пост тем, кто на вас подписан, когда-то был подписан или просто заходил в ваш аккаунт.

Что это значит и зачем это вам? Это значит, что вы можете **показать свой рекламный пост** тем, кто уже взаимодействовал с вашим аккаунтом. То есть тем, кто вас знает. То есть «**тёплой**» **аудитории**. Как правило, тёплая аудитория лучше реагирует на рекламу, потому что уже что-то о вас знает, лайкала ваши посты или даже сохраняла их в закладки. Вы уже дали ей что-то классное, поэтому уже немножко ей нравиться.

Где это нужно на практике:

Допустим вы участвовали в марафоне. В рамках марафона на вас подписалась куча людей. На вас и ещё на 20 спикеров. После завершения марафона люди начали чистить ленты, и вы попали под раздачу — от вас отписались. Но Фейсбук запомнил, что пользователь взаимодействовал с вашим аккаунтом, поэтому может показать этому пользователю вашу рекламу. Конечно, это не гарантия того, что пользователь радостно подпишется снова, купит или скачает ваш бесплатный материал. Но всё же есть вероятность, что, увидев от вас в ленте интересный пост, он подумает: «О! Похоже, я зря отписался!» — и перейдёт в ваш аккаунт.

Вопросы:

1. Что такое таргетированная реклама?
2. Как работает таргетированная реклама?
3. Особенности таргетированной рекламы.
4. Виды таргетинга.

Задания:

1. Ознакомиться с понятием таргетированная реклама, ее особенностями и видами с помощью интернет-ресурса <https://target.my.com/pro/education/online-course/start/targeted-advertising> - Что такое таргетированная реклама?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410(26.01.2024)).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613\(26.01.2024\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613(26.01.2024)).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

Интернет-ресурсы:

1. <https://target.my.com/pro/education/online-course/start/targeted-advertising> - Что такое таргетированная реклама?

Практическое занятие 16

Тема занятия: Авторские права в социальных сетях.

Цель: ознакомиться с авторскими правами в социальных сетях.

Формируемые компетенции: УК-2, УК-3

Актуальность: знание авторских прав - необходимое условие при разработке и ведении аккаунта в соцсети

Теоретическая часть.

Зачастую пользователи публикуют не только свои снимки, иллюстрирующие как повседневную жизнь, так и важные события.

Порой в публикациях мелькают репосты, картинки, сделанные сторонними авторами, а в монтируемых видеороликах зачастую используются популярные песни или саундтреки.

Пользователи, не привыкшие к тому, что **находящиеся в свободном доступе фотографии, а также аудио- и видеокomпозиции, находятся под защитой авторских прав**, зачастую удивляются на форумах, что их аккаунты заблокировали по требованию правообладателя.

Вопросы:

1. Основные проблемы авторских прав в социальной сети
2. Как защитить авторские права в социальной сети
3. Ответственность за нарушение авторских прав

Задания:

Для подготовки к 1-3 вопросу практического занятия используйте интернет-ресурс [Авторские права в Телеграм: как работает защита авторства в Telegram — n'RIS \(nris.ru\)](#)
[Авторские права во ВКонтакте: нарушение и защита авторства в ВК — n'RIS \(nris.ru\)](#)

Основная литература:

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. - Москва-Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46447410>(26.01.2024).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по организации самостоятельной работы

Содержание

Введение

1. Самостоятельная работа как важнейшая форма учебного процесса
2. Цели и основные задачи самостоятельной работы
3. Виды самостоятельной работы
4. Организация самостоятельной работы
5. Общие рекомендации по организации самостоятельной работы
6. Методические рекомендации для студентов по отдельным формам самостоятельной работы
7. Критерии оценки самостоятельной работы

Введение

Основная задача высшего образования заключается в формировании творческой личности профессионала, способного к саморазвитию, самообразованию и инновационной деятельности.

Успешное усвоение дисциплин по различным образовательным программам предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной не только аудиторной, но и самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов является одной из важнейших составляющих образовательного процесса. Самостоятельная работа – это процесс активного, целенаправленного приобретения обучающимися новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Объем самостоятельной работы (в часах) определен учебным планом.

Методические указания по организации самостоятельной работы студентов (далее – СРС) являются обязательной частью учебно-методических комплексов учебных дисциплин.

Методические указания по организации самостоятельной работы для студентов, наряду с методическими указаниями по выполнению лабораторных работ, практических занятий и работе с лекционным материалом; по формам текущего, промежуточного и итогового контроля; по выполнению курсовых работ/проектов, расчетно-графических работ, контрольных работ; по подготовке и защите выпускных квалификационных работ, составляют единый комплекс методического обеспечения УМК каждой учебной дисциплины.

Цель методических указаний СРС – определить роль и место самостоятельной работы студентов в учебном процессе; конкретизировать ее уровни, формы и виды; обобщить методы и приемы выполнения определенных типов учебных заданий; объяснить критерии оценивания.

1. Самостоятельная работа как важнейшая форма учебного процесса

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой обучающихся).

Самостоятельная работа обучающихся является важным видом учебной и научной деятельности. В связи с этим, обучение включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРО должна стать эффективной и целенаправленной работой.

Концепцией модернизации российского образования определены основные задачи высшего образования – «подготовка квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности».

Решение этих задач невозможно без повышения роли самостоятельной работы обучающихся над учебным материалом, усиления ответственности преподавателей за развитие навыков самостоятельной работы, за стимулирование профессионального роста обучающихся, воспитание творческой активности и инициативы.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной финансовой ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие обучающихся в практических занятиях, лабораторных работах, выполнение контрольных и расчетно-графических работ, написание курсовых работ (проектов) и выпускных квалификационных работ. При этом самостоятельная работа обучающихся играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. Они включают в себя:

- изучение и систематизацию официальных государственных документов - законов, постановлений, указов, нормативно-инструкционных и справочных материалов с использованием информационно-поисковых систем «Консультант-плюс», «Гарант», глобальной сети «Интернет»;
- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;
- подготовку докладов и рефератов, написание выпускных квалификационных работ;
- участие в работе студенческих конференций, комплексных научных исследованиях.

Самостоятельная работа приобщает студентов к научному творчеству, поиску и решению актуальных современных проблем.

2. Цели и основные задачи самостоятельной работы

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для деятельности.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности обучающихся, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений.

Основными задачами СРМ являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к промежуточной аттестации - зачетам и экзаменам.

3. Виды самостоятельной работы

Самостоятельная работа студент включает:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы;
- подготовка к лекциям;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к лабораторным работам;
- написание рефератов;
- выполнение контрольной работы;
- выполнение курсовой работы (проекта);
- выполнение расчетно-графической работы;
- подготовка исследовательской работы (написание статьи, доклада);
- подготовка выпускной квалификационной работы;
- подготовка к текущей и промежуточной аттестации;
- подготовка к государственной итоговой аттестации.

Для выполнения самостоятельной работы студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателей кафедры, с перечнем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

4. Организация самостоятельной работы

Самостоятельная работа студента – способ активного, целенаправленного приобретения новых знаний и умений без непосредственного участия в этом процессе преподавателей.

Организационные мероприятия, обеспечивающие развитие навыков самостоятельной работы студентов, воспитание их творческой активности и инициативы, а также, в целом, обеспечивающие нормальное функционирование самостоятельной работы студентов, должны основываться на следующих предпосылках:

- самостоятельная работа должна быть конкретной по своей предметной направленности;
- самостоятельная работа должна сопровождаться эффективным, непрерывным контролем и оценкой ее результатов.

Предметно и содержательно самостоятельная работа определяется федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки, основной образовательной программой, учебным планом, рабочими программами дисциплин.

Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуются как единство двух форм:

- самоконтроль и самооценка;
- внешний контроль и оценка со стороны преподавателей, государственных экзаменационных комиссий и др.

5. Общие рекомендации по организации самостоятельной работы

Организация самостоятельной работы студентов направлена на решение следующих задач:

а) закрепление, обобщение и повторение пройденного учебного материала; применение полученных знаний в традиционных педагогических ситуациях и при решении задач высокого уровня неопределенности;

б) совершенствование умений и навыков по изучаемой дисциплине; формирование межпредметных, общеучебных, исследовательских умений;

в) активизация учебной и научно-исследовательской деятельности обучающихся, ее максимальная индивидуализация с учетом индивидуальных особенностей и академической успеваемости студентов;

г) формирование готовности студентов к самообразованию в течение всей жизни.

Видами занятий для самостоятельной работы могут быть:

Для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, конспектов лекций);

- составление плана текста, графическое изображение структуры текста;

- конспектирование текста; выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами;

- учебно-исследовательская работа, использование аудио и видеозаписей, компьютерной техники, интернета и др.

Для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций, повторная работа над материалом;

- составление плана и тезисов ответа;
- составление таблиц для систематизации учебного материала;
- ответы на контрольные вопросы;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент-анализ);
- подготовка сообщения для выступления на конференции;
- подготовка рефератов, докладов;
- составление библиографии.

Для формирования умений:

- выполнение контрольных работ;
- выполнение чертежей, схем, расчетно-графических работ;
- проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.
- подготовка курсовых и дипломных работ (проектов);

Для формирования компетенций:

- принятие решений по конкретной ситуации;
- грамотная формулировка задания для исполнения;
- организация контроля по сферам деятельности.

6. Методические рекомендации для студентов по отдельным формам самостоятельной работы

Система вузовского обучения подразумевает значительную самостоятельность студентов в планировании и организации своей деятельности.

6.1 Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы

Работа с литературой является основным методом самостоятельного овладения знаниями. Это сложный процесс, требующий выработки определенных навыков, поэтому студенту нужно обязательно научиться работать с книгой.

Осмысление литературы требует системного подхода к освоению материала. В работе с литературой системный подход предусматривает не только тщательное (иногда многократное) чтение текста и изучение специальной литературы, но и обращение к дополнительным источникам – справочникам, энциклопедиям, словарям. Эти источники –

важное подспорье в самостоятельной работе студента, поскольку глубокое изучение именно их материалов позволит студенту уверенно «распознавать», а затем самостоятельно оперировать теоретическими категориями и понятиями, следовательно – освоить новейшую научную терминологию. Такого рода работа с литературой обеспечивает решение студентом поставленной перед ним задачи (подготовка к практическому занятию, выполнение контрольной работы и т.д.).

Выбор литературы для изучения делается обычно по предварительному списку литературы, который выдал преподаватель, либо путем самостоятельного отбора материалов. После этого непосредственно начинается изучение материала, изложенного в книге.

Наиболее надежный способ собрать нужный материал – составить план или конспект. *Конспект, план-конспект* – это последовательная фиксация отобранной и обдуманной в процессе чтения информации.

Цель – зафиксировать, переработать тот или иной научный текст. Они позволяют восстановить в памяти ранее прочитанное без дополнительного обращения к самой книге.

План – это «скелет» текста, он компактно отражает последовательность изложения материала. План как форма записи обычно более подробно передает содержание частей текста, чем оглавление книги или подзаголовки статей. Самые важные места в книге отмечайте, используя для этого легко стирающийся карандаш или вкладные листки. Запись любых планов следует делать так, чтобы ее легко можно было охватить одним взглядом.

Вся рекомендуемая для изучения курса литература подразделяется на основную и дополнительную. К основной литературе относятся источники, необходимые для полного и твердого усвоения учебного материала (учебники и учебные пособия). Необходимость изучения дополнительной литературы диктуется прежде всего тем, что в учебной литературе (учебниках) зачастую остаются неосвещенными современные проблемы, а также не находят отражение новые документы, события, явления, научные открытия последних лет. Поэтому дополнительная литература рекомендуется для более углубленного изучения программного материала.

6.2 Подготовка к лекциям и работа с конспектом лекций

При подготовке к лекции студенты должны предварительно ознакомиться с учебным материалом по данной теме и при конспектировании лекции акцентировать внимание на новых теоретических положениях, правовых и иных данных, не нашедших отражения в учебной литературе.

Лекция имеет цель – систематизация основы научных знаний по дисциплине, сконцентрировать внимание обучающихся на наиболее актуальных проблемах.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы. Дает рекомендации на практические занятия и указания на самостоятельную работу.

Предварительное не углубленное знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Студенты получают общее представление о ее содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта.

Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся.

Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Самостоятельную работу следует начинать с доработки конспекта, желательно в тот же день, пока время не стерло содержание лекции из памяти. С целью доработки необходимо в первую очередь прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить описки, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения, возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополнения и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

6.3 Подготовка к практическим занятиям

Целью практических занятий является получение базовых навыков по применению теоретических знаний. Это необходимо при решении всевозможных задач на различных этапах практической деятельности.

Задачи подготовки и проведения практических занятий:

- закрепление и углубление знаний;
- создание практических навыков и умений в практической деятельности и повседневной жизни для: поиска, первичного анализа и использования информации;
- анализа конкретных ситуаций и условий их реализации;
- изложения и аргументации собственных суждений по практической ситуации;

- развитие стремления и способности к самостоятельному исследованию изучаемых реальностей, их критической оценки.

Подготовка к практическим занятиям включает: изучение нормативных актов, учебной литературы, лекционного материала; подготовка рефератов.

Практические занятия по дисциплине проводятся в форме различных дискуссий (семинарских занятий) и (или) анализа конкретных ситуаций (выполнение практических заданий).

6.4 Подготовка к лабораторным работам

Лабораторные работы составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки студентов. Они направлены на формирование учебных и профессиональных практических умений.

На лабораторных занятиях задания выполняются по материалам согласно плану.

До начала лабораторных занятий обучающиеся должны пройти инструктаж по технике безопасности.

Перед выполнением лабораторной работы обучающийся должен изучить теоретический материал по теме лабораторной работы по основной и дополнительной литературе, ознакомиться с ресурсами информационно - телекоммуникационной сети «Интернет». При этом обучающийся должен учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

В ходе подготовки к лабораторным занятиям необходимо ознакомиться с методическими указаниями; с порядком ее выполнения; освоить основные понятия; изучить алгоритмы; методы и технологии, необходимые для реализации этих алгоритмов; ответить на контрольные вопросы.

После выполнения работы производится обработка полученных результатов, составляется и защищается отчет. Без защиты отчета студент, как правило, не допускается к очередной работе.

6.5 Написание рефератов

Реферат представляет собой краткое изложение в письменной форме содержания научного труда по определенной теме, возможно выходящего за рамки учебной программы, а также изложение книги, статьи, исследования. Иными словами, реферат – это индивидуальная научная работа, раскрывающая содержание исследуемой проблемы с различных позиций и точек зрения, с формированием самостоятельных выводов.

Целью написания реферата является сообщение определенной информации для развития навыков научно-исследовательской работы.

В процессе подготовки реферата, обучающиеся, глубже постигают вопросы изучаемого предмета, поскольку:

- анализируются различные точки зрения, факты и события;
- ведется научно обоснованная полемика;
- обобщается материал;
- лаконично излагаются мысли;
- правильно оформляется работа с составлением плана, библиографии и систематизацией информации.

Подготовка реферата включает в себя:

- выбор и формулирование темы, которая должна обладать новизной, актуальностью и оригинальностью;
- подбор литературы и изучение основных источников;
- составление содержания, раскрывающего название работы;
- выписки из литературных источников с целью накопления теоретического и практического материала;
- написание реферата и его оформление;
- составление списка использованной литературы.

6.6 Выполнение контрольной работы

Контрольная работа является одной из составляющих учебной деятельности студента по овладению знаниями в области теплогазоснабжения и вентиляции. К ее выполнению необходимо приступить только после изучения тем дисциплины.

Целью контрольной работы является определения качества усвоения лекционного материала и части дисциплины, предназначенной для самостоятельного изучения.

Задачи, стоящие перед студентом при подготовке и написании контрольной работы:

1. закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2. выработка навыков самостоятельной работы;
3. выяснение подготовленности студента к будущей практической работе.

Преподаватель готовит задания либо по вариантам, либо индивидуально для каждого студента. По содержанию работа может включать теоретический материал, задачи, тесты, расчеты и т.п. выполнению контрольной работы предшествует инструктаж преподавателя.

Ключевым требованием при подготовке контрольной работы выступает творческий подход, умение обрабатывать и анализировать информацию, делать самостоятельные выводы, обосновывать целесообразность и эффективность предлагаемых рекомендаций и

решений проблем, чётко и логично излагать свои мысли. Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций.

6.7 Выполнение курсовой работы (проекта)

Курсовая работа (проект) - это самостоятельное исследование обучающимся определенной проблемы, комплекса взаимосвязанных вопросов, касающихся конкретной профессиональной ситуации.

Курсовая работа (проект) не должна состояться из фрагментов статей, монографий, пособий. Кроме простого изложения фактов и цитат, в курсовой работе (проекте) должно проявляться авторское видение проблемы и ее решения.

Рассмотрим основные этапы подготовки курсовой работы (проекта).

Выполнение курсовой работы (проекта) начинается с выбора темы.

Затем студент приходит на первую консультацию к руководителю, которая предусматривает:

- обсуждение цели и задач работы, основных моментов избранной темы;
- консультирование по вопросам подбора литературы;
- составление предварительного плана;
- составление графика выполнения курсовой работы (проекта).

Следующим этапом является работа с литературой. Необходимая литература подбирается студентом самостоятельно.

После подбора литературы целесообразно сделать рабочий вариант плана работы. В нем нужно выделить основные вопросы темы и параграфы, раскрывающие их содержание.

Составленный список литературы и предварительный вариант плана уточняются, согласуются на очередной консультации с руководителем.

Затем начинается следующий этап работы - изучение литературы. Только внимательно читая и конспектируя литературу, можно разобраться в основных вопросах темы и подготовиться к самостоятельному (авторскому) изложению содержания курсовой работы (проекта). Конспектируя первоисточники, необходимо отразить основную идею автора и его позицию по исследуемому вопросу, выявить проблемы и наметить задачи для дальнейшего изучения данных проблем.

Систематизация и анализ изученной литературы по проблеме исследования позволяют написать первую (теоретическую) главу.

Выполнение курсовой работы (проекта) предполагает проведение определенного исследования. На основе разработанного плана обучающийся осуществляет сбор

фактического материала, необходимых цифровых данных. Затем полученные результаты подвергаются анализу, статистической, математической обработке и представляются в виде текстового описания, таблиц, графиков, диаграмм. Программа исследования и анализ полученных результатов составляют содержание второй (аналитической) главы.

В третьей (рекомендательной) части должны быть отражены мероприятия, рекомендации по рассматриваемым проблемам.

Рабочий вариант текста курсовой работы (проекта) предоставляется руководителю на проверку. На основе рабочего варианта текста руководитель вместе со студентом обсуждает возможности доработки текста, его оформление. После доработки курсовая работа (проект) сдается на кафедру для ее оценивания руководителем.

Защита курсовой работы (проекта) обучающихся проходит в сроки, установленные графиком учебного процесса.

При подготовке к защите курсовой работы (проекта) обучающийся должен знать основные положения работы, выявленные проблемы и мероприятия по их устранению, перспективы развития рассматриваемой экономической ситуации.

Защита курсовой работы (проекта) проводится на кафедре при наличии у обучающегося курсовой работы (проекта). Оценка - дифференцирована. Преподаватель оценивает защиту курсовой работы (проекта) и заполняет графу "оценка" в ведомости и в зачетной книжке.

Не допускаются к защите варианты курсовых работ (проектов), найденные в Интернет, сканированные варианты учебников и учебных пособий, а также копии ранее написанных работ.

6.8 Выполнение расчетно-графической работы

Расчетно-графическая работа является важным элементом учебного процесса, предусмотрена учебным планом.

Цель расчетно-графической работы – систематизация и закрепление теоретических знаний, и развитие практических навыков по решению задач в области теплогазоснабжения и вентиляции, выработка навыков анализа данных и формулирования выводов по полученным результатам.

Задачами расчетно-графической работы являются:

- развитие навыков самостоятельной работы в области решения практических задач;
- подбор и систематизация теоретического материала, являющегося основой для решения практической задачи, развитие навыков самостоятельной работы с учебной и методической литературой;
- проведение расчетов показателей по исходным данным и анализ полученных значений;

– формулирование выводов по полученным результатам.

Выполнение расчетно-графической работы проводится студентом по конкретному варианту задания, который необходимо уточнить у преподавателя.

Содержанием расчетно-графической работы является краткое изложение теоретического материала к каждой задаче, решение задачи по индивидуальному варианту, включающее в себя расчет основных показателей, анализ полученных результатов, формулирование выводов.

Расчетно-графическая работа должна содержать:

1. Титульный лист.
2. Условие задачи.
3. Теоретическая часть по каждой задаче (1-3 страницы).
4. Практическая часть и выводы по каждой задаче.
5. Библиографический список (не менее 5 источников).

Условие задачи оформляется по центру заголовком «Задача №».

Текст условия задачи должен совпадать с текстом в методических указаниях, включая таблицы, при их наличии.

Далее излагается теоретический материал, лежащий в основе решения задачи, включающий в себя основные определения, формулы расчетов показателей и др.

В практической части излагается подробное решение задачи. При необходимости результаты оформляются в виде сводной таблицы.

К каждой задаче необходимо сформулировать выводы, проанализировав полученные результаты.

Расчетно-графическая работа должна выполняться в соответствии с установленным графиком. В процессе выполнения расчетно-графической работы допускаются консультации у преподавателя на практических занятиях.

Выполнение основных этапов контролируется преподавателем и учитывается при проведении текущего контроля по дисциплине и при оценке расчетно-графической работы.

6.9 Подготовка исследовательской работы (написание статьи, научного доклада)

Научный доклад представляет собой исследование по конкретной проблеме, изложенное перед аудиторией слушателей. Работа по подготовке научного доклада включает не только знакомство с литературой по избранной тематике, но и самостоятельное изучение определенных вопросов.

Научный доклад может быть подготовлен для выступления на семинарском занятии, конференции научного общества, или в рамках круглого стола. В любом случае успешное выступление во многом зависит от правильной организации самого процесса подготовки научного доклада.

Подготовка научного доклада включает несколько этапов работы:

- выбор темы доклада;
- подготовка материалов;
- работа над текстом доклада;
- подготовка к выступлению.

Подготовка к научному докладу начинается с выбора темы Вашего будущего выступления.

Не следует выбирать слишком широкую тему научного доклада. Это связано с ограниченностью докладчика во времени. Доклад должен быть рассчитан на 7-15 минут.

Работа по подбору материалов для доклада связана с изучением соответствующей тематике литературы.

В процессе работы над текстом доклада обучающиеся глубже постигают вопросы изучаемого предмета, поскольку:

- анализируются различные точки зрения, факты и события; ведется научно обоснованная полемика;
- обобщается материал; лаконично излагаются мысли;
- правильно оформляется работа с составлением плана, библиографии и систематизацией информации.

Текст научного доклада должен включать три основные части:

- введение – краткое знакомство слушателей с обсуждаемой в докладе проблемой;
- основную часть – логическое продолжение вопросов, обозначенных автором во введении. В этой части доклада раскрывается тема выступления, приводятся необходимые доказательства (аргументы);
- заключение – обобщение основной мысли и идеи выступления. В заключении можно кратко повторить основные выводы и утверждения, прозвучавшие в основной части доклада.

Научный доклад представляет собой устное произведение и чтение вслух подготовленного текста недопустимо.

К секретам хорошего выступления можно отнести следующие моменты:

- до и после важных мыслей следует делать паузу;
- для большего акцента сказанного необходимо менять тон голоса и тембр речи. Это сделает Вашу речь более выразительной;
- необходимо иметь контакт с аудиторией.

6.10 Подготовка выпускной квалификационной работы

ВКР представляет собой самостоятельное логически завершенное исследование, связанное с решением научной или научно-практической задачи. При его выполнении студент должен показать способности и умения, опираясь на полученные знания, решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, грамотно излагать специальную информацию, докладывать и отстаивать свою точку зрения перед аудиторией.

Цель защиты ВКР – установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями ФГОС ВО к квалификационной характеристике и уровню подготовки выпускника.

Студенту предоставляется право самостоятельного выбора темы ВКР. Для подготовки ВКР назначается научный руководитель и, при необходимости, консультанты.

ВКР состоит из текста (рукописи) и графических материалов, отражающих решение профессиональных задач в соответствии с избранной тематикой. Структура ВКР включает:

- титульный лист;
- задание, включая календарный план;
- содержание;
- введение;
- основной текст;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Руководитель выпускной работы выдает задание; оказывает помощь в организации и выполнении работы; проводит систематические консультации обучающегося; проверяет выполнение работы; дает письменный отзыв о работе.

Представление иллюстративного материала к публичной защите возможно в виде:

- плакатов и чертежей;
- раздаточного материала с иллюстрациями; с использованием:
- проекционной техники;
- компьютерной презентации.

Конкретные требования к содержанию, структуре, формам представления и объемам устанавливаются в соответствующих Положениях о выпускных квалификационных работах и методических указаниях по их подготовке и оформлению.

6.11 Подготовка к текущей и промежуточной аттестации

Система контроля включает в себя текущий и промежуточный контроль. Текущий контроль должен быть непрерывным. Формы текущего контроля устанавливаются по усмотрению преподавателя. Промежуточный контроль – это итог работы студента за семестр с учетом всех видов учебной работы.

Текущий контроль. Текущий контроль успеваемости обучающихся – это систематическая проверка учебных достижений обучающихся, проводимая в целях оценивания хода освоения дисциплин в соответствии с рабочей программой.

Текущий контроль успеваемости студентов очной формы обучения проводится по всем дисциплинам учебного плана в течение семестра:

- на лабораторных, семинарских, практических занятиях, по которым рабочими программами дисциплин предусмотрены отчетности;
- по всем формам самостоятельной работы студентов в заранее установленное время.

Текущий контроль успеваемости студентов осуществляется преподавателями кафедр, за которыми закреплены дисциплины учебного плана, и может проводиться в следующих формах:

- собеседование,
- контрольная работа,
- защита лабораторной работы,
- реферата,
- расчетно-графическая работа, и др.

Виды и сроки проведения текущего контроля успеваемости студентов устанавливаются рабочей программой дисциплины.

Текущий контроль успеваемости является элементом внутривузовской системы контроля качества подготовки обучающихся и способствует активизации познавательной деятельности студентов в ходе аудиторных занятий, при выполнении программ самостоятельной и индивидуальной работы.

Текущий контроль успеваемости должен учитывать выполнение обучающимися всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, самостоятельную, исследовательскую работу и посещаемость учебных занятий.

Анализ результатов текущего контроля студентов, обучающихся на основе рейтинговой оценки знаний, проводится 2 раза в семестр:

- в первом полугодии - на 1 ноября, на 10 декабря;
- во втором полугодии - на 1 апреля, на 20 мая.

Анализ результатов текущего контроля студентов, не участвующих в рейтинговой системе оценки знаний, проводится в институтах: к указанным выше датам итоги текущего контроля и количество пропущенных занятий (в часах) преподаватели, ведущие занятия, проставляют в листы текущего контроля успеваемости, которые анализируются и хранятся в институтах.

Промежуточная аттестация. Промежуточная аттестация призвана оценить уровень сформированности компетенций, полученных студентами в процессе изучения дисциплины, курсового проектирования и обеспечить контроль качества освоения образовательных программ.

Промежуточная аттестация проводится по завершении изучения какой - либо дисциплины.

Формами промежуточной аттестации являются зачет и экзамен.

При явке на промежуточную аттестацию обучающийся обязан предъявить зачетную книжку. Фамилия обучающегося должна значиться в зачетно-экзаменационной ведомости.

Зачеты студентам по изучаемым дисциплинам выставляются преподавателем, проводившим практические, семинарские или лабораторные занятия группы (подгруппы), на последнем занятии по результатам работы в семестре. Для студентов, обучающихся на основе рейтинговой системы оценки знаний, зачет выставляется автоматически при условии сдачи всех контрольных мероприятий, предусмотренных текущим контролем успеваемости.

6.12 Подготовка к государственной итоговой аттестации

В соответствии с образовательным стандартом по направлению подготовки и образовательной программой по направлению подготовк, в состав государственной итоговой аттестации входят:

- государственный экзамен;
- защита выпускной квалификационной работы.

Подготовка к государственному экзамену

Цель государственного экзамена – оценить глубину полученных знаний, практические навыки применения этих знаний при решении профессиональных задач (компетентность).

В связи с необходимостью объективной оценки степени сформированности компетенций выпускника, тематика экзаменационных вопросов и заданий должна быть комплексной и соответствовать избранным разделам из различных учебных дисциплин, формирующих конкретные компетенции.

Например, в экзаменационное задание (вопрос) могут входить элементы нескольких дисциплин (модулей) общенаучного, и профессионального циклов.

На государственном экзамене могут контролироваться как отдельные компетенции, так и элементы различных компетенций.

Государственный экзамен может проводиться в письменной, устной и смешанной форме. Экзаменационные билеты включают несколько вопросов из представленного перечня дисциплин. Один из вопросов рекомендуется делать комплексным, ситуационным или представляющим задание практического характера. Перед итоговым экзаменом предполагается предэкзаменационная консультация и выделение времени на подготовку к экзамену не менее 7 дней. Для подготовки студентов к государственному экзамену разрабатывается программа, где должна быть отражена процедура подготовки и проведения государственного экзамена, критерии оценки.

В содержание программы включается перечень вопросов и заданий, выносимых на экзамен, и позволяющих оценить результаты обучения.

Подготовка к защите ВКР

Выпускная квалификационная работа (ВКР) представляет собой самостоятельную и логически завершенную выпускную квалификационную работу, связанную с решением задач того вида (видов) деятельности, к которым готовится студент (научно-исследовательской, научно-педагогической, проектной, технологической, исполнительской, творческой, организаторской и другим).

Выпускник должен не только подготовить ВКР, но и уметь защитить ее на итоговой государственной аттестации.

При подготовке к защите необходимо:

- повторить основные требования руководящих документов на текущий год по теме ВКР;
- подготовить все графические иллюстрации; составить доклад для устного изложения;
- изучить отзыв и рецензию на ВКР, подготовить ответы на замечания рецензента и окончательно уточнить свой доклад;
- ознакомиться с новыми руководящими документами и литературой по вопросам ВКР, а также с последними изменениями по вопросам теплогазоснабжения и вентиляции;
- провести предварительную защиту.

Демонстрационные материалы представляются по согласованию с руководителем.

Подготовка выпускником доклада по выполненной ВКР является важным этапом подготовки к защите. К подготовке доклада приступают после оформления пояснительной записки (текстуальной части) ВКР, запланированных в задании графических документов и разработки иллюстративного материала.

По времени доклад должен занимать 10...12 минут. За это время можно изложить 5...8 страниц машинописного текста доклада.

В докладе отражается: актуальность темы работы; теоретические положения, на которых базируется ВКР; результаты проведенного анализа изучаемой проблемы; конкретные предложения по деятельности соответствующих органов; дается разъяснение и убедительное обоснование положений и выводов по этим вопросам, исходя из полученных результатов. Особое внимание необходимо сосредоточить на собственных разработках и предложениях.

Доклад при защите ВКР может быть построен по следующей схеме: вначале излагается наименование темы, актуальность, раскрывается цель и задачи исследования, затем в необходимой логической последовательности докладывается содержание важнейших узловых вопросов темы и делается заключение. При изложении основного содержания ВКР следует показать постановку задач на исследование заданных вопросов, методику решения поставленных задач, основные результаты и выводы, к которым пришел выпускник в ходе выполнения выпускной квалификационной работы.

Основные выводы и предложения обосновываются необходимыми расчетами и примерами из практики.

В заключительной части доклада указывается, как достигнуты цели ВКР, что сделано и разработано, что нового выпускник предложил в результате выполнения ВКР, основные результаты работы и где они могут быть использованы.

Доклад строят с учетом графического материала (Чертежи, схемы, диаграммы и т.д.). Текст доклада согласовывается с руководителем.

Написанный доклад представляется руководителю для просмотра.

Текст доклада отрабатывают таким образом, чтобы его можно было излагать на память. Чтение доклада нежелательно, оно может привести к снижению оценки выпускной квалификационной работы.

7. Критерии оценки самостоятельной работы

Компетенции (знания, умения и навыки) студентов оцениваются оценками:

- «отлично»;

- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно»;
- «зачтено»;
- «не зачтено».

Зачеты оцениваются отметкой: «зачтено», «не зачтено».

Зачеты с оценкой оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

По курсовым работам (проектам) в обязательном порядке выставляется зачет с оценкой.

Экзамены оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Основные критерии оценивания компетенций:

Отметка «зачтено» ставится студентам, успешно обучающимся по данной дисциплине в семестре и не имеющим задолженностей по результатам текущего контроля успеваемости.

Отметка «не зачтено» ставится студенту, имеющему задолженности по результатам текущего контроля успеваемости по данной дисциплине.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Отметка

«неудовлетворительно» выставляется также, если обучающийся после начала экзамена отказался его сдавать.

Оценка «неудовлетворительно» проставляется только в экзаменационную ведомость, в зачетную книжку студента проставлять отметку «неудовлетворительно» не разрешается.

Критерии оценки уровня обученности и уровня сформированности компетенций по дисциплине устанавливает кафедра и отражает их в рабочей программе и фондах оценочных средств дисциплины.

Ответственность за единообразие требований, предъявляемых на экзаменах, несет заведующий кафедрой. По дисциплинам, изучаемым в течение двух и более семестров, итоговой оценкой является оценка, полученная на последнем экзамене.

Заключение

Самостоятельная работа всегда завершается какими-либо результатами. Таким образом, широкое использование методов самостоятельной работы, побуждающих к мыслительной и практической деятельности, развивает столь важные интеллектуальные качества человека, обеспечивающие в дальнейшем его стремление к постоянному овладению знаниями и применению их на практике.