

Выступление «Формирование медиа-плана образовательной организации»

Завгородняя Ю.А. заместитель директора МКУ «ЦРО» Кущевского района

Проблема, решаемая в ходе деятельности.

Внимание к сервисам социальных сетей со стороны образования определяется их возможностями и особыми характеристиками, создающими благоприятные условия для организации взаимодействия педагогов и обучаемых, реализации образовательных проектов в сети Интернет. К таким универсальным характеристикам сервисов социальных сетей, востребованным при решении образовательных задач, в первую очередь следует отнести:

1. Использование (как правило) реального имени пользователя при регистрации и создание персональной страницы, позволяющей связаться с пользователем средствами социальной сети.

2. Наличие простых возможностей публикации и распространения текстовой и мультимедийной информации, разнообразных файлов, ссылок на внешние ресурсы Интернета.

3. Возможности создания собственных разделов социальной сети для организации групповой работы.

4. Наличие разнообразных инструментов получения значимой информации и оценок собственной деятельности от других пользователей и сообществ социальной сети.

В муниципальном образовании Кущевский район расположены 48 Образовательных Организации (21 общеобразовательная, 24 организации дошкольного образования, 3 учреждения дополнительного образования). Учреждения расположены в сельской местности, в большинстве своем малочисленные и имеют небольшой устоявшийся педагогический коллектив. Более крупные образовательные организации активно продвигают результаты своей деятельности в сети интернет, но большинство учреждений редко публикуют информацию о своей работе.

Поэтому в основе работы лежит поиск механизмов решения *проблемы создания модели единой системы медиа-продвижения результатов образовательной деятельности, которая в равной степени позволит образовательным организациям успешно использовать новые медиа для освещения своей деятельности.*

Степень теоретической и практической проработанности проблемы.

Изучая проблему продвижения образовательных результатов, нельзя не остановиться на сущности базового понятия «образовательные услуги», непосредственно

остановимся на онлайн-методах формирования имиджа образовательной организации, её продвижения в интернет-сфере и поддержания эффективной двусторонней коммуникации учреждений образования с потребителями, которые осуществляются на базе каналов цифрового маркетинга (digital).

Несомненным является факт, что в современном мире каналы медиа остаются и будут оставаться наиболее успешными для продвижения организации и поддержания двусторонней коммуникации с потребителями. Заметим, что образовательные организации с целью рекламирования себя могут обратиться к самым разным каналам, которые имеются в наше время в их распоряжении. Это и телеканалы, и радиостанции, и печатная пресса, и интернет-сети, средства наружной рекламы, баннеры и т.д. Однако Интернет, вне всякого сомнения, позволяет сегодня достигать наибольшего охвата целевой аудитории, так как ею преимущественно являются представители молодого поколения, нежели среднего и старшего. Следовательно, учреждения образования должны обратить на этот канал информирования своих потребителей особенно пристальное внимание.

Как было уже отмечено, у Интернета имеются почти неограниченные возможности для продвижения образовательных результатов. Например, можно назвать такие весьма популярные сегодня социальные сети, как ВКонтакте, Одноклассники, Телеграмм и др., которые позволяют вести в них собственные паблики или каналы, соответственно, встраивать в них специальные посты.

Наиболее эффективно можно освещать образовательные результаты в социальных сетях. Это можно делать, создавая текстовый контент и прикладывая к нему фото- и/или видеоматериалы. В таком формате целевая аудитория максимально удобно сможет ознакомиться как с информативной, так и с визуальной составляющей записи.

Самое главное, для образовательной организации состоит в том, чтобы донести до целевой аудитории значимость результатов образовательной деятельности. Так, по правилам проведения эффективных кампаний в Интернете «важно не только определить основные цели, но и правильно поставить коммуникационные цели. Необходимо достичь максимального охвата целевой аудитории, вступить с ней в контакт, привлечь ее внимание, сформировать отношение к своей организации в целом».

Наконец, как инструмент продвижения образовательных результатов учебные заведения могут использовать веб-сайты, которые также эффективны в деле доведения до целевых групп общественности нужной им информации.



Рисунок 1. Модель медиа-продвижения результатов образовательной деятельности

Организационная часть схемы отвечает на вопрос кто будет заниматься медиа-продвижением в муниципальном образовании. Схема разделяет техническую и содержательную часть контента по двум отделам. Информационно-техническому отделу достанется публикация готовых материалов и оформление сайта и официальных аккаунтов центра развития образования и управления образованием администрации МО Кущевский район, разработка единого дизайна для страниц образовательных организаций.

Готовый к публикации материал для информационного технического отдела предоставляет сотрудник (или сотрудники в зависимости от возможностей муниципалитета), на которого возложены данные функции приказом управления образования (пресс центр на схеме). Сбор информации пресс центр осуществляет согласно Положению с отделов управления образования и МКУ «Центра развития образования», а также из образовательных организаций.

В образовательных организациях приказом назначается ответственный сотрудник. Готовить и публиковать информацию рекомендуется штатному работнику или группе работников, разделив функционал по примеру муниципальной структуры (например, педагогу дополнительного образования и учителю информатики). Подготовка фото- и видеоматериалов может частично выполняться учениками. Контроль качества материалов должен оставаться за директором, заместителем, ответственным специалистом.

Специалист, которому поручили ввести аккаунты от лица администрации школы: должен иметь опыт активности в социальных сетях, понимает особенности общения и представления информации в них, быть осведомлен об актуальных событиях школьной жизни, способен разработать стратегию продвижения школы в соцсетях и в дальнейшем следовать ей.

Для формирования соответствующих компетенций целесообразно провести обучение.

Работа ведётся на основании действующего законодательства, в частности нормативно-правовыми актами, предусмотренными разделом нормативно-правового обеспечения.

На основании муниципального плана публикаций образовательные образования формируют свой план. В нем предусматривается формат, периодичность публикаций, форма интерактива для пользователей (в схеме предусмотрен конкурс фотографий с детьми и их родителей, предусматривающий голосование). При формировании плана обязательны к освещению мероприятия из календаря знаменательных и ключевых дат.

Приоритет отдается своевременности публикаций с учетом аудитории страницы образовательной организации.

В тексте используется метод «перевернутая пирамида». Используется чередование средних и коротких публикаций. К каждой публикации подбирается изображение.

Фотографии, рисунки, схемы помогают раскрыть тему и привлечь внимание. Образовательным организациям рекомендовано к публикации содержательная и полезная для родителей или учеников информация о предстоящих и прошедших мероприятиях, дача объявлений. Необходимо обратить внимание ОО на использование #. Они увеличивают просмотры, охват и количество пользователей.

Школам и садам необходимо показать, что им интересна точка зрения каждого родителя. Для этого необходимо проводить опросы на актуальную тему. Например, в школе скоро пройдет родительское собрание. Можно провести опрос и узнать, какое время начала собрания удобнее, кого из администрации родители хотят видеть на общем собрании. Ответ на комментарии обязателен. Игнорирование приводит к снижению активности на странице.

Таким образом, разработанная модель представляет собой совокупность условий, создающих возможность для эффективного медиа-продвижения результатов образовательной деятельности.

В результате данного проекта планируется позитивное изменение уровня осведомленности родительской общественной об образовательной деятельности, и как итог повышение удовлетворенности качеством предоставления образовательных услуг.