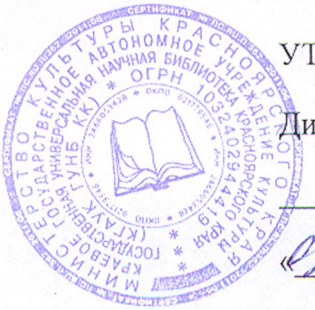
Министерство культуры Красноярского края

Государственная универсальная научная библиотека Красноярского края



УТВЕРЖДАЮ

Директор ГУНБ Красноярского края

_____Т.Л. Савельева

«__» _____ 2017 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

(Программа повышения квалификации)

«Социальные медиа

как инструмент продвижения библиотеки, книги и чтения»

Красноярск 2017

Министерство культуры Красноярского края

Государственная универсальная научная библиотека Красноярского края

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГУНБ Красноярского края

_____Т.Л. Савельева

«____»_____2017 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

(Программа повышения квалификации)

«Социальные медиа
как инструмент продвижения библиотеки, книги и чтения»

Красноярск 2017

I. Общие положения

1. Дополнительная профессиональная программа (программа повышения квалификации) разработана в соответствии с нормами Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

2. Повышение квалификации, осуществляемое в соответствии с ДПП (далее - подготовка), проводиться в соответствии с учебным планом в заочной форме обучения с применением электронного обучения.

3. Разделы, включенные в учебный план ДПП, используются для последующей разработки календарного учебного графика, учебно-тематического плана, рабочей программы, оценочных и методических материалов. Перечисленные документы разрабатываются образовательной организацией с учетом актуальных положений законодательства об образовании и законодательства о библиотечном деле и смежных областей знаний.

4. ДПП определяет минимальный объем знаний и умений, которыми должен обладать сотрудники библиотечных учреждений, осуществляющих перевод в цифровую форму документов из фондов библиотек с учетом требований нормативных правовых документов.

Нормативный срок освоения ДПП составляет 72 академических часов.

5. Слушателями ДПП могут быть сотрудники, имеющие профессиональное образование.

II. Цель подготовки

6. Целью подготовки слушателей по ДПП является повышение профессионального уровня сотрудников библиотечных учреждений края, осуществляющих взаимодействие с пользователями в социальных сетях и распространяющих информацию через интернет.

III. Планируемые результаты подготовки

7. Результатами подготовки слушателей по ДПП является повышение уровня их профессиональных компетенций за счет освоения знаний и умений в сфере взаимодействие с пользователями в социальных сетях.

8. В ходе освоения ДПП слушателем совершенствуется следующие общепрофессиональные компетенции:

- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4).

- использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5).

В ходе освоения ДПП слушателем совершенствуются следующие профессиональные компетенции:

- информационно-аналитическая деятельность.

Использовать современные информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ПК 4.1.)

9. Карта компетенции раскрывает компонентный состав компетенции, технологии ее формирования и оценки:

1) Дисциплинарная карта компетенций ОК 4, ОК 5

ОК 4 осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции, практическая/самостоятельная работа	Итоговая аттестация

ОК 5 использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции, практическая/самостоятельная работа	Итоговая аттестация

2) Дисциплинарная карта компетенции ПК 4.1.

ПК 4.1. Использовать современные информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональной деятельности	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции, практическая/самостоятельная работа	Итоговая аттестация

10. В результате освоения ДПП слушатель должен:

знать:

• цели и задачи работы библиотеки в социальных сетях;

• основные понятия маркетинга в социальных медиа;

• особенности аудитории разных социальных сетей;

• особенности продвижения библиотеки, книги и чтения в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Instagram;

• возможности различных онлайн сервисов для реализации задач библиотеки;

• особенности российского законодательства об авторском праве;

• нормативно-методическое обеспечение деятельности библиотек в социальных сетях;

• планирование, учет и оценку эффективности деятельности в социальных сетях;

• этические нормы работы в социальных сетях;

• основы управления сообществом библиотеки и работы с репутацией в социальных сетях;

уметь:

• разрабатывать стратегию продвижения библиотеки в социальных сетях;

• создавать группу или страницу библиотеки/мероприятия библиотеки в социальных сетях;

• подбирать, форматировать и оформлять контент в соответствии с задачами;

• составить контент-план;

• работать с бесплатными сервисами по обработке изображений;

• работать с основными программами по обработке видео;

• писать грамотные и читаемые тексты;

• создавать онлайн-карту;

• создать онлайн опрос.

IV. Учебный план

11. Учебный план ДПП определяет перечень, последовательность, общую трудоемкость дисциплин и формы контроля знаний.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ:

- лекции;

- практические работы;

- итоговая аттестация

Учебный план программы повышения квалификации

«Социальные медиа

как инструмент продвижения библиотеки, книги и чтения»

№	Наименование разделов	Всего, час.	в том числе	
			лекций	практ. занятий

1.	Социальные медиа: теоретические, правовые и этические основы использования в библиотеках.	8	5	3
2.	Контент для социальных сетей: создание и оформление	24	9	15
3.	Особенности продвижения библиотеки, книги и чтения в популярных социальных сетях	32	15	17
4.	Управление сообществом	8	6	2
	Всего	**72**	**35**	**37**
	Итоговая аттестация	**зачет**		

12. Матрица соотнесения разделов учебного плана ДПП и формируемых в них общекультурных и профессиональных компетенций

№ п/п	Наименование разделов	Всего, часов	Компетенции		
			общепрофессиональные		профессиональные
			ОК 4	ОК 5	ПК 4.4.
1	Социальные медиа: теоретические, правовые и этические основы использования в библиотеках.	8	+	+	+
2	Контент для социальных сетей: создание и оформление	24	-	+	+
3	Особенности продвижения библиотеки, книги и чтения в популярных социальных сетях	32	+	+	+
4	Управление сообществом	8	-	+	+
	Итоговая аттестация	зачет			

V. Учебно-тематический план

13. Учебно-тематический план программы повышения квалификации «Социальные медиа как инструмент продвижения библиотеки, книги и чтения»

№	Наименование разделов и тем	Всего, час.	в том числе	
			лекций	практ. и лаборатор. занятий
1.	**Социальные медиа: теоретические, правовые и этические основы использования в библиотеках.**	**8**	**5**	**3**
1.1.	Основные понятия маркетинга в социальных медиа.		1	
1.2.	Стратегия продвижения библиотеки в социальных медиа.		2	3
1.3.	Авторское право в Интернет.		1	
1.4.	Этические основы работы в социальных сетях.		1	
2.	**Контент для социальных сетей: создание и оформление.**	**24**	**9**	**15**
2.1.	Общие вопросы создания и оформления контента.		1	
2.2.	Тексты для социальных сетей		2	5
2.3.	Визуальный контент и дизайн. Бесплатные программы и онлайн сервисы для обработки фотографий и создания изображений.		3	5
2.4.	Создание видеоконтента на примере сервиса YouTube и Kizoa, программ PowerPoint, Windows Movie Maker, Any Video Converter.		3	5
3.	**Особенности продвижения библиотеки, книги и чтения в популярных социальных сетях.**	**32**	**15**	**17**
3.1.	Продвижение «ВКонтакте»		3	3
3.2.	Продвижение в «Одноклассниках»		2	3
3.3.	Продвижение в Facebook		3	3
3.4.	Продвижение в Instagram		2	
3.5.	Использование онлайн сервисов		3	4

	для реализации различных задач библиотеки			
3.6.	Использование онлайн карт для продвижения краеведческих проектов библиотеки		2	4
4.	**Управление сообществом**	**8**	**6**	**2**
4.1.	Организация и координация smm-деятельности в библиотеке		1	
4.2.	Контент-планирование и курирование контента		1	2
4.3.	Общение в сообществе		2	
4.4.	Мониторинг социальных сетей		1	
4.5.	Оценка эффективности		1	
	Всего	**72**	**35**	**37**

VI. Рабочая программа дисциплины

14. «Социальные медиа как инструмент продвижения библиотеки, книги и чтения»

Раздел 1. Социальные медиа: теоретические, правовые и этические основы использования в библиотеках. (лекции - 5 час., практич. занятия – 3 час.)

Тема 1.1 Основные понятия маркетинга в социальных медиа (1 час.)

Основные понятия маркетинга в социальных медиа. Словарь терминологии и лексики социальных медиа. Интернет-сленг.

Тема 1.2 Стратегия продвижения библиотеки в социальных медиа (2 час.)

Цели и задачи. Определение целевой аудитории и выбор социальной сети. Особенности аудиторий различных социальных сетей и прогнозы их развития. Разработка контентной стратегии. Коммуникационная стратегия. Определение параметров эффективности деятельности в социальных медиа. Определение необходимых ресурсов. Профиль, группа или публичная страница? 15 стартовых шагов.

Тема 1.3 Авторское право в Интернет (1 час.)

Использование чужого текстового контента. Использование чужого визуального контента, установление авторства фото. Особенности

использования собственных фотографий. Фактчекинг в работе библиотечного smm-специалиста.

Тема 1.4 Этические основы работы в социальных сетях (1 час.)

Основы этики и культуры общения на странице/ в группе библиотеки. Правила личной переписки в соцсетях или мессенджерах. Личный аккаунт SMM-специалиста библиотеки. Инструкция для сотрудников библиотеки, которые не работают с сообществом библиотеки.

Перечень практических занятий

Номер темы	**Наименование практического занятия**	**Кол-во час.**
1.2	Разработка стратегии деятельности библиотеки в социальных сетях	3 час.

Раздел 2. Контент для социальных сетей: создание и оформление. (лекции 9 час., практич. занятия – 15 час.)

Тема 2.1 Общие вопросы создания и оформления контента (1 час)

Особенности создания и оформления контента библиотечных групп.

Тема 2.2 Тексты для социальных сетей (2 час.)

Специфика текстов для социальных сетей. Адаптация текстового материала. Использование интернет программ для проверки и улучшения качества текста. Оформление текста. Использование хэштегов. Специальные символы, используемые в текстах и сообщениях интернет (эмодзи, смайлы и т.д.).

Тема 2.3 Визуальный контент и дизайн. Бесплатные программы и онлайн сервисы для обработки фотографий и создания изображений. (3 час.)

Фотографии и изображения как способ продвижения. Виды и типы визуального контента для социальных сетей. Основные способы применения визуального контента и наиболее распространенные ошибки. Использование бесплатных стоковых фото. Программы и онлайн сервисы для создания и редактирования изображений.

Тема 2.4 Создание видеоконтента на примере сервисов YouTube и Kizoa, программ PowerPoint, Windows Movie Maker, Any Video Converter. (3 час.)

Категории видеоконтента. Как подготовить видеоролик. Способы размещения видеороликов в соцсетях. Программы и онлайн сервисы для создания и редактирования видеофайлов.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час.
2.1	Редакция/адаптация текстов для социальных сетей. Разработка оригинальных и использование популярных хэштегов для текста. Размещение поста в социальной сети с использованием элементов оформления (заголовок, структура, эмодзи и т.п.)	5 час.
2.2	Работа в программах и онлайн сервисах по созданию и редактированию изображений (обрезка, изменение цвета, изменение размера, наложение текста на картинку, создание коллажа и т.д.)	5 час.
2.3	Создание презентации и видеоролика из фотографий (обрезка видео, наложение звука, обрезка мелодии, наложение текста, титры).	5 час.

Раздел 3. Особенности продвижения библиотеки, книги и чтения в популярных социальных сетях (лекции - 15 час., практич. занятия – 17 час.)

Тема 3.1 Продвижение «ВКонтакте» (3 час.)

Создание, оформление, наполнение, раскрутка и ведение группы/страницы библиотеки в «ВКонтакте». Создание и продвижение страниц мероприятий.

Тема 3.2 Продвижение в «Одноклассниках» (2 час.)

Создание, оформление, настройки сообщества в «Одноклассниках». Начало работы. Оформление и содержание публикаций. Время публикаций. Управление сообществом, раскрутка. Статистика сообщества. Главные ошибки при ведении групп. Создание и продвижение страниц мероприятий.

Тема 3.3 Продвижение в Facebook (3 час.)

Создание, оформление, наполнение, раскрутка и ведение группы/страницы библиотеки в «ВКонтакте». Создание и продвижение страниц мероприятий.

Тема 3.4 Продвижение в Instagram (2 час.)

Концепция профиля библиотеки в Instagram. Начало работы: оформление и настройки профиля. Виды публикаций в Instagram. Требования к контенту. Умная лента. Работа с сообществом. Хэштеги. Оптимальная частота публикаций. Конкурсы.

Тема 3.5 Использование онлайн сервисов для реализации различных задач библиотеки (3 час.)

Мессенджеры. Pinterest. Публикация и распространение документов в Интернет. Фотохостинги. Работа на форумах. QR-коды в библиотеках. Облако слов. Онлайн викторины и тесты. Онлайн опрос с помощью Google форм. Timepade.

Тема 3.6 Использование онлайн карт для продвижения краеведческих проектов библиотеки (2 час.)

Примеры краеведческих проектов с использованием онлайн карт. Виды Яндекс-карт и Google-карт. Этапы создания Google-карты.

Перечень практических занятий

Номер темы	**Наименование практического занятия**	**Кол-во час.**
3.1-3.3	Создание и наполнение содержанием группы библиотеки в одной из социальных сетей (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook – по выбору). **См. Итоговое задание курса.**	9 час.
3.5	Создание облака слов с помощью предлагаемых сервисов. Создание опроса с помощью Google форм.	4 час.
3.6	Создание онлайн карты	4 час.

Раздел 4. Управление сообществом (лекции - 6 час., практич. занятия - 2)

Тема 4.1 Организация и координация smm-деятельности в библиотеке (1 час)

Что нужно проконтролировать руководителю, курирующему это направление. Координация работы smm-специалиста с другими отделами. Перекрестная система ссылок. Привлечение новых пользователей. Часто задаваемые вопросы.

Тема 4.2 Контент-планирование и курирование контента (1 час)

Контент-планирование. Курирование контента. Поиск интересного контента. Использование АИС ЕИПСК (Единое информационное пространство в сфере культуры) для курирования контента.

Тема 4.3 Общение в сообществе (2 час)

Работа с комментариями и вопросами. Работа с негативом. Привлечение новых пользователей. Персональное внимание к участникам сообщества. Общение и формирование сообщества. Вовлечение пользователей в обсуждения. Как искать создавать лидеров мнений. Как стимулировать хорошие отзывы о библиотеке.

Тема 4.4 Мониторинг социальных сетей (1 час)

Сервисы для мониторинга. Использование Google.ru/alerts. Что делать с результатами мониторинга.

Тема 4.5 Оценка эффективности (1 час)

Основные показатели эффективности. Сбор и анализ статистики. Опросы как средство корректировки стратегии и повышения эффективности smm.

Перечень практических занятий

Номер темы	**Наименование практического занятия**	**Кол-во час.**
4.2	Разработка контент-плана для сообщества библиотеки на 2 недели	2 час

VII. Организационно-педагогические условия реализации ДПП

15. Реализация ДПП обеспечивает совершенствование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности специалистов библиотек, осуществляющих деятельность по взаимодействию с пользователям в социальных сетях.

16. Материально-технические условия реализации программы

Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Лекции	компьютер, звуковое оборудование, стабильное подключение к интернету.
Практические занятия	компьютер, звуковое оборудование, стабильное подключение к интернету.

17. Учебно-методическое обеспечение программы

Раздел 1. Социальные медиа: теоретические, правовые и этические основы использования в библиотеках

Список рекомендуемой литературы:

Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамитр халилов. – 2-е изд. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.

Щербаков, С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера / Сергей Щербаков. – Санкт-Петербург : Питер, 2015. – 256 с. : ил.

Арапова, Г. Восьмая заповедь журналиста: плагиат и права автора [Электронный ресурс] / Галина Арапова // Дальневосточный медиасаммит 2016. – Режим доступа: http://mediasummit.primorsky.ru/materials/1402471934

Баева, Л. В. Виртуальная коммуникация: особенности и этические принципы [Текст] / Л. В. Баева // Философские науки. – 2015. – № 10. – С. 94-110.

Библиотеки и авторское право [Электронный ресурс] : [подборка материалов] // Library.ru : инф. справ. портал. – Режим доступа: http://www.library.ru/1/copyright/

Библиотеки и соцмедиа : [рабочая группа «Библиотеки и социальные медиа» на Междунар. проф. форуме «Крым-2015»] // Университетская книга. – 2015. – № 7/8. – С. 27-29.

Борусяк, Л. Любимые авторы, любимые книги: что читает современная молодежь. Поданным анализа сети ВКонтакте / Любовь Борусяк // Вестник общественного мнения. – 2015. – № 1. – С. 90-105.

Галин, Я. Фотографии детей на сайтах и буклетах благотворительных организаций [Электронный ресурс] / Ян Галин // Благотворительность в России : журнал Нац. благотворит. Фонда России. – Режим доступа: http://rusblago.ru/all-articles/yan-galin-fotografii-detej-na-sajtax-i-bukletax-blagotvoritelnyx-organizacij/

Глава 70 «Авторское право» Гражданского кодекса РФ [Электронный ресурс] // Copyright.ru. – Режим доступа: http://www.copyright.ru/ru/library/zakonodatelstvo/gk_rf_obschee_zakonodatel/grazhdanskii_kodeks_RF_4_chast/glava_70__avtorskoe_pravo/

Голова А. Г. Социальные сети: на что тратим жизнь [Текст] / А. Г. Голова // Энергия: экономика, техника, экология. – 2015. – № 6. – С. 65-72.

Как новые медиа изменили журналистику 2012 – 2016 [Электронный ресурс] / Гуманитарный университет; науч. ред. Светлана Балмаева и Мария Лукина // Newmedia2016. – 2016. – Режим доступа: http://newmedia2016.digital-books.ru/

Кого, что и где можно снимать без разрешения. Юридические аспекты работы фотографа [Электронный ресурс] // Evbar.ru. – Режим доступа: http://forum.evbar.ru/legal-aspects/topic1557.html

Кодекс этики российского библиотекаря [Электронный ресурс] // Российская библиотечная ассоциация : офиц. сайт. – Режим доступа: http://www.rba.ru/content/about/doc/codex.php.

Кодекс этики российского библиотекаря : принят Конференцией Российской библиотечной ассоциации, XVI Ежегодная сессия, 26 мая 2011 г., город Тюмень // Российская библиотечная ассоциация. – Режим доступа: http://www.rba.ru/content/about/doc/codex.php

Корнев, М. Фактчекинг: пять надежных способов проверить информацию [Электронный ресурс] / Максим Корнев // MediaHubble : сайт. - Режим доступа : http://mediatoolbox.ru/factchecking/.

Кремянская, А. Д. «Читать как дышать»: есть такая группа «ВКонтакте» [Текст] / Алёна Дмитриевна Кремянская // Современная библиотека. – 2015. – № 6. – С. 30-35.

Кунахова, В. Составляем контент-план для социальных сетей (+ бесплатный шаблон) [Электронный ресурс] / Виктория Кунахова // Лидмашина. – 2016. – Режим доступа: http://leadmachine.ru/2016/05/18/smm-content-plan/

Патов, А. Маркетинговое исследование аудитории ВКонтакте 2015 [Электронный ресурс] / Аслан Патов // Rusability. – 2015. – Режим доступа: https://rusability.ru/internet-marketing/marketingovoe-issledovanie-auditorii-vkontakte-2015/

Пономаренко, М. Памятка по авторскому праву в социальных сетях: как не подставить себя и своего клиента [Электронный ресурс] / Михаил Пономаренко // Cossa. – Режим доступа: http://www.cossa.ru/152/106050/

Правила для журналистов «Эхо Москвы» по работе в социальных сетях [Электронный ресурс] // Общественная коллегия по жалобам на прессу : сайт. – Режим доступа: http://presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/4945-pravila-dlya-zhurnalistov-ekho-moskvy-po-rabote-v-sotsialnykh-setyakh.

Правила поведения сотрудников Нефтегорской межпоселенческой библиотеки и ее филиалов в социальных сетях [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://drive.google.com/file/d/0B7IVfRRCOtymTGdjUjh3S211Ymc/view

Правила сетевого этикета в социальных сетях, чатах и онлайн-играх [Электронный ресурс] // Altapress : сайт. – Режим доступа: http://altapress.ru/story/96212.

Пфанштиль И. Свежая smm статистика для маркетологов. Июнь 2016 [Электронный ресурс] / Ия Пфанштиль // Rusability. – 2016. – Режим доступа: https://rusability.ru/internet-marketing/svezhaya-smm-statistika-dlya-marketologov/

Словарь новых медиа [Электронный ресурс] // Аналитическая компания Mediatoolbox: Инструменты эффективности онлайн-медиа. – Режим доступа: http://mediatoolbox.ru/dictionary/

Социальные сети в России, зима 2015-2016 Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] // Adindex. – 2016. – Режим доступа: http://adindex.ru/publication/analitics/100380/2016/01/14/131310.phtml

Социальные сети в России, зима 2015-2016. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] // Brand Analytics. –2016. – Режим доступа: http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/

Соцмедиа в библиотеках: скорее модные, чем нужные? [Текст] : [о дискуссии на Междунар. проф. форуме «Крым-2015»] / Е. Бейлина [и др.] // Университетская книга. – 2015. – № 7/8. – С. 57-59.

Соцсети – инструмент педагога и библиотекаря : обзор-путеводитель по социальным медиа // Библиотека в школе – 2015. - № 9. – С. 42-43.

Статьи с тэгом «Знакомство с SMM» [Электронный ресурс] // Socialair. Ваш голос в социальных медиа : сайт. – Режим доступа: http://socialair.ru/articles/tag/smm

Трушина, И. А. Этика библиотекаря: моральный закон внутри нас [Текст] : опыт разных стран / И. А. Трушина. – Москва : ФАИР, 2008. – 270, [1] с.

Чарочкина, В. 7 правил делового общения в мессенджерах [Электронный ресурс] / Виктория Чарочкина // Секрет фирмы : сайт. – Режим доступа: http://secretmag.ru/article/2016/03/22/pravila-biznes-obsheniya-v-messendzherah/

Чарочкина, В. 7 правил делового общения в мессенджерах. Как писать, чтобы ответили [Электронный ресурс] / Виктория Чарочкина// Секрет фирмы : сайт. – 2016. – Режим доступа : http://secretmag.ru/article/2016/03/22/pravila-biznes-obsheniya-v-messendzherah/

Чеховская, К. В. Специальная библиотека и социальные сети [Текст] / К. В. Чеховская, Е. Б. Седова // Медиатека и мир. – 2015. – № 2. – С. 36-38.

Этические нормы поведения в социальных сетях [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://sites.google.com/site/shayhraznov/.

Раздел 2. Контент для социальных сетей: создание и оформление

Список рекомендуемой литературы:

Визуальный контент: 5 распространенных ошибок [Электронный ресурс] // Dirk site of marketing. – Режим доступа: http://darksiteofmarketing.com/stati/vizualnyi-kontent-5-rasprostranennyh-oshibok.html

Дементий, Д. 30+ бесплатных инструментов для создания и обработки изображений [Электронный ресурс] / Дмитрий Дементий // Текстерра. – 2014. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/30-besplatnykh-instrumentov-dlya-sozdaniya-i-obrabotki-izobrazheniy.html.

Дементий, Д. 40 источников бесплатных фото для вашего блога [Электронный ресурс] / Дмитрий Дементий // Текстерра. – 2014. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/40-istochnikov-besplatnykh-foto-dlya-vashego-bloga.html.

Дементий, Д. Где взять качественные иллюстрации для блога или сайта [Электронный ресурс] / Дмитрий Дементий // Текстерра. – 2014. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/gde-vzyat-kachestvennye-illyustratsii-dlya-bloga-ili-sayta.html

Дементий, Д. Как оптимизировать фото и привлекать трафик из поиска по картинкам [Электронный ресурс] / Дмитрий Дементий // Текстерра. – 2013. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/kak-optimizirovat-foto-i-privlekat-trafik-iz-poiska-po-kartinkam.html

Дементий, Д. Как с помощью простых рисунков выражать идеи и делать публикации привлекательными [Электронный ресурс] / Дмитрий Дементий // Текстерра. – 2013. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/kak-s-pomoshchyu-prostykh-risunkov-vyrazhat-idei-i-delat-publikatsii-privlekatelnymi.html

Дементий, Д. Как создавать визуальный контент с помощью удобного и дешевого инструмента Canva [Электронный ресурс] / Дмитрий Дементий // Текстерра. – 2013. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/kak-sozdavat-vizualnyy-kontent-s-pomoshchyu-udobnogo-i-deshevogo-instrumenta-canva.html

Ильяхов, М. [Сайт Максима Ильяхова об информационном стиле]. – Режим доступа: http://maximilyahov.ru/

Как сделать видеоролик в Animoto [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=7s-epbG7Jp8

Как убрать фон с изображения в cliping magic [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=RweZnlBU2kA

Крюкова, Е. 13 советов по использованию визуального контента в соцсетях [Электронный ресурс] / Евгения Крюкова // Текстерра. – 2014. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/13-sovetov-po-ispolzovaniyu-vizualnogo-kontenta-v-sotssetyakh.html.

Крюкова, Е. Как создать гифку: 7 простых способов [Электронный ресурс] / Евгения Крюкова // Текстерра. – 2015. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/kak-sozdat-gifku-7-prostykh-sposobov.html

Михайлова, А. Тексты для социальных сетей : запись вебинара [Электронный ресурс] / Анна Михайлова // Режим доступа: https://all.culture.ru/cabinet/posts/82

Ница, А. Как сокращать ссылки и отслеживать статистику кликов с помощью goo.gl [url shortener] [Электронный ресурс] / Алексей Ница // Онлайн уроки Теплицы социальных технологий. – 2015. – https://www.youtube.com/watch?v=4IhJgCf7ISA&list=PLeDR6lYFEHWF3Eimb48YddO2vjNtSVzzt&index=61

Остапенко, Э. М. Социальные медиа: навстречу читателю [Текст] : [опыт Кемеров. обл. науч. б-ки им. В. Д. Федорова] / Эльдар Маратович Остапенко // Современная библиотека. – 2015. – № 8. – С. 38-41.

Патов, А. Руководство по хэштегам. Инфографика [Электронный ресурс] / Аслан Патов // Rusability. – 2015. – Режим доступа: https://rusability.ru/content-marketing/rukovodstvo-po-heshtegam-infografika/

Смайлики для Вконтакте — коды смайлов для вставки их в статус, на стену и другие места ВК (как поставить скрытые эмодзи) // Ktonanovenkogo.ru. – 2015. – Режим доступа: http://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/smajliki-dlya-vkontakte-kody-smajlov-dlya-vstavki-v-status-na-stenu-krytye-emodzi.html

Сухачева, А. 15 бесплатных онлайн-редакторов фото-, видео-, аудиофайлов [Электронный ресурс] / Анна Сухачева // Новый репортер : сайт. – 2016. – Режим доступа: http://newreporter.org/2016/02/15/15-besplatnyx-onlajn-redaktorov-foto-video-audiofajlov/.

Хоршева, Ю. Делаем контент ярче с помощью гифок. Полное руководство [Электронный ресурс] / Юлия Хоршева // Likeni.ru. – 2016.–

Режим доступа: http://www.likeni.ru/analytics/Delaem-kontent-yarche-s-pomoshchyu-gifok-Polnoe-rukovodstvo/

Чуланова, Е. Размер имеет значение. Идеальная длина поста для блога и соцсетей [Электронный ресурс] / Елена Чуланова // Лидмашина. – 2016. – Режим доступа: http://leadmachine.ru/2016/02/17/dlina-posta

Раздел 3. Особенности продвижения библиотеки, книги и чтения в популярных социальных сетях

Список рекомендуемой литературы:

QR-код в библиотеке [Электронный ресурс] // Карагандинская ОУНБ : офиц. сайт. – 2014. – Режим доступа: http://karlib.kz/index.php/ru/mobilnye-tekhnologii/32-metodicheskij-blog/1226-qr-kod-v-biblioteke

Абель, Т. Успешное продвижение в Instagram. Исследование и аналитика [Электронный ресурс] / Татьяна Абель // Rusability. – 2015. – Режим доступа: https://rusability.ru/internet-marketing/uspeshnoe-prodvizhenie-v-instagram-issledovanie-i-analitika/

Вебинары [Электронный ресурс] // ВикиСибириада. – Режим доступа: http://wiki-sibiriada.ru/index.php?title=Вебинары

Дрозд, Е. Идеальная публикация. Советы для каждой соцсети. Инфографика [Электронный ресурс] / Елена Дрозд // Rusability. – 2016. – Режим доступа: https://rusability.ru/infographics/idealnaya-publikatsiya-sovety-dlya-kazhdoj-sotsseti/

Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Goofle+ / Наталия Ермолова. – Москва : Альпина Паблишер, 2013. – 357 с.

Илюшина, М. 10 вещей, которым стоит поучиться у Instagram-моделей [Электронный ресурс] / Мария Илюшина // Rusbase. – 2015. – Режим доступа: http://rusbase.com/list/insta-models/

Инстаграма.нет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://instagrama.net

Как привлечь реальных подписчиков (не ботов) в свой инстаграм-аккаунт? [Электронный ресурс] // Krasnoe slovo. Smm-agentstvo. – 2016. –

Режим доступа: http://smm-agentstvo.com/articles/kak-privlech-realnyh-podpischikov-ne-botov-v-svoj-instagram-akkaunt.html

Как работать с сайтом Tagul? Пошаговая инструкция [по созданию облака слов] [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://docs.google.com/presentation/d/17ZW8p2174Hnc2M9qfu6pGEyn3ocRwcy-nJ-wR0YIXkQ/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&slide=id.gfff993e8b_0_0

Крюкова, Е. Instagram для компьютера: как зарегистрироваться, добавить и обработать фото, если у вас нет мобильного устройства [Электронный ресурс] / Евгения Крюкова // Текстерра. – 2014. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/instagram-dlya-kompyutera-kak-zaregistrirovatsya-dobavit-i-obrabotat-foto-esli-u-vas-net-mobilnogo-u.html.

Куденцова, Р. Готовим Instagram к 2018: анализ исследований, советы экспертов 2017 / Рада Куденцова // Rusability. – 2017. – Режим доступа: https://rusability.ru/internet-marketing/smm/gotovim-instagram-k-2018-analiz-issledovanij-sovety-ekspertov/

Мазур, А. Как привлечь аудиторию, используя хэштеги в Инстаграм [Электронный ресурс] / Артем Мазур // Блог Артёма Мазура. Интернет-маркетинг простым языком. – 2016. – Режим доступа: http://artemmazur.ru/instagram/hashtagi-v-instagram.html

Малыгин, А. Как искать публикации на странице [в Facebook]? [Электронный ресурс] / Алексей Малыгин // Магда магла. – 2016. – Режим доступа: http://magdamagla.com/facebook/kak-iskat-publikatsii-na-stranitse/

Михайлова, А. Цифровые коммуникации в пространстве музея [Электронный ресурс] : [твиттер-аккаунты сотрудников музея]/ Анна Михайлова // MAPT: технологии и маркетинг для музеев. – 2016. – Режим доступа: http://mart-museum.ru/mart_interview/digital-communication/

Огнева, И. Вебинар «Чем можно поделиться с коллегами в твиттер» [Электронный ресурс] / Ирина Огнева // ВикиСибириада. – 2013. – Режим доступа: http://wiki-sibiriada.ru/index.php/%D0%92%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%80_%D0%9E_%D1%87%D0%B5%D0%BC_%D0%BC%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%BE_%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%82%D1%8C%

D1%81%D1%8F_%D1%81_%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D0%B3%D0%B0%D0%BC%D0%B8_%D0%B2_Twitter

Огнева, И. Как создать библиотечное представительство в «Одноклассниках» [Электронный ресурс] / Ирина Огнева // Библиомания: библиотечный блог методиста. – 2015. – Режим доступа: http://bibliomaniya.blogspot.co.uk/2015/02/blog-post_25.html

Повага, Д. Маркетинг в соц. сети odnoklassniki.ru [Электронный ресурс] [статьи в блоге] / Денис Повага // Denis Povaga. – Режим доступа: http://leadinlife.info/marketing-sozialnii-seti/odnoklassniki

Пфанштиль, И. 26 способов привлечь пользователей в Facebook [Электронный ресурс] / Ия Пфанштиль // Rusability. – 2016. – Режим доступа: http://rusability.ru/internet-marketing/26-sposobov-privlech-polzovateley-v-facebook/

Рассохина, В. 40+ инструментов для работы с Facebook [Электронный ресурс] / Валерия Рассохина // SEO news. Издание о поисковом маркетинге и заработке в Интернете. – 2016. – Режим доступа: http://www.seonews.ru/analytics/40-instrumentov-dlya-raboty-s-facebook/

Создание формы, анкеты или опроса в Google Drive (Google Формы) [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=tMDpsnE6cew

Стеркин, В. 5 причин сделать Telegram своим основным мессенджером / Вадим Стеркин // Сайт Вадима Стеркина. – 2017. – Режим доступа: http://www.outsidethebox.ms/18324/

Федоров, А. О. Как продвигать библиотеку в Твиттер [Текст] : секреты «кухни» библиотечного микроблога / А. О. Федоров, И. В. Юрик. – Москва : Пашков дом, 2013. – 78, [1] с.

Халилов, Д. [Личная страница в социальной сети Facebook] [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.facebook.com/halilov

Шаховская, А. 11 успешных стратегий для Youtube [Электронный ресурс] / Анна Шаховская // Rusability. – 2016 – Режим доступа: http://rusability.ru/internet-marketing/11-uspeshnyh-strategij-dlja-youtube/

Шефер, М. Маркетинг в твиттере. Используйте инструмент, который многие недооценивают / Марк Шефер. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 224 с.

Раздел 4. Управление сообществом

Список рекомендуемой литературы:

Engagement rate: как правильно считать коэффициент вовлеченности в социальных сетях // Popsters. – 2017. – Режим доступа: https://popsters.ru/blog/post/55

АИС «Единое информационное пространство в сфере культуры» [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://all.culture.ru/

Баринская, И. Создание сообщества вокруг бренда: опыт BlaBlaCar [Электронный ресурс] / Ирина Баринская // Cossa.ru. – 2016. – Режим доступа: http://www.cossa.ru/cases/132909/

Дементий, Д. Курирование контента: 6 способов повысить ценность чужих публикаций и собственный авторитет [Электронный ресурс] / Дмитрий Дементий // Texterra. – 2013. – Режим доступа: http://texterra.ru/blog/kurirovanie-kontenta-6-sposobov-povysit-tsennost-chuzhikh-publikatsiy-i-sobstvennyy-avtoritet.html

Дрозд, Е. 29 главных показателей в контент-маркетинге [Электронный ресурс] / Елена Дрозд // Rusability. – 2016. – Режим доступа: http://rusability.ru/infographics/29-glavnyih-pokazateley-effektivnosti-kontenta-infografika/

Жерновой, Ф. Е. Единое информационное пространство в сфере культуры [Текст] : [работа с АИС ЕИПСК, в том числе в соцмедиа] / Ф. Е. Жерновой // Медиатека и мир. – 2015. – № 3. – С. 9-12.

Мамчуева, О. Курирование контента: где искать и что делать [Электронный ресурс] / Оксана Мамчуева // SearchEngines.ru. Энциклопедия интернет-маркетинга. – 2015. – Режим доступа: **https://www.searchengines.ru/kurirovanie_kon.html**

Нормирование работы в социальных медиа [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://goo.gl/0haAVi

Обзор лучших RSS-ридеров для чтения лент новостей [Электронный ресурс] // Livelenta.com. – 2015. – Режим доступа: **http://livelenta.com/obzor-luchshix-rss-riderov-dlya-chteniya-lent-novostej.html**

Оськин, А. Защищайся! Или как не потерять доступ к корпоративному паблику [Электронный ресурс] / Алексей Оськин // Лайкни : всё о Digital. – 2016. – Режим доступа: http://www.likeni.ru/analytics/Zashchishchaysya-Ili-kak-ne-poteryat-dostup-k-korporativnomu-pabliku/

Положение об информационном представительстве Муниципального учреждения культуры «Централизованная библиотечная система» г. Железногорска Курской области в сети Интернет [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://goo.gl/iMQmh4

Положение об информационном представительстве Ставропольской краевой библиотеки для слепых и слабовидящих имени В. Маяковского в сети Интернет [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://goo.gl/5GJ0YS

Положение об информационных представительствах Муниципального бюджетного учреждения "Муниципальная информационно-библиотечная система г. Новокузнецка" в сети Интернет [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://goo.gl/5jQUTv

Титов, В. Практика комьюнити-менеджмента. 285 инструментов на каждый день [Электронный ресурс] // Лаборатория комьюнити Влада Титова : сайт. – Режим доступа: http://www.communitylab.ru/cm

VIII. Формы аттестации

18. Освоение каждого раздела ДПП завершается итоговой аттестацией слушателей в форме зачета, на который выносится задания:

создать группу/страницу библиотеки в одной из популярных социальных сетей: «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook – на выбор.

оформить группу и наполнить содержанием в соответствии с изученным курсом (подробности – в отдельном файле).

19. Лицам, успешно освоившим ДПП и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

20. Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть ДПП и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения.

IX. Составители программы.

Составители программы:

Шубникова Юлия Николаевна, зав. отделом выставок и культурных акций Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края (раздел 1; раздел 3 темы 3.2, 3.5, 3.6; раздел 4).

Порохова Оксана Владимировна, главный библиотекарь отдела выставок и культурных акций Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края (раздел 2; раздел 3 темы 3.1, 3.3, 3.4).