

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Нужин В.А. SOCIAL MEDIA MARKETING в деятельности современного преподавателя // Материалы по итогам III-й Всероссийской научно-практической конференции «Современные подходы к организации образовательного процесса: сад-школа-колледж-вуз», 01-10 февраля 2018 г. – 0,2 п. л. – URL: http://akademnova.ru/publications_on_the_results_of_the_conferences

СЕКЦИЯ: ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

В.А. Нужин

**КГКП «Костанайский политехнический высший колледж»,
г. Костанай, Костанайская область,
Республика Казахстан**

SOCIAL MEDIA MARKETING В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Современные государства имеют четкие границы своей территории только на глобусах и картах. Мы живем в эпоху глобализации, в которой мир и доступ к информации открыт для любого желающего. Новая реальность, новые технологии и новое время диктует новые подходы к формированию будущего специалиста.

Процесс глобализации, интеграции системы образования в международную и мультикультурную среду ставят перед преподавателями новые задачи, от решения которых зависит не только качество подготовки кадров для экономики, но и процесс их формирования в рамках своего учебного заведения.

Использование глобальной сети интернет не только открывает доступ к новейшей информации в процессе обучения, но и изменив подход к формированию предметных учебно-методических комплексов

преподавателей специальных дисциплин, формирует новую позицию современного преподавателя. Если до процесса глобализации преподаватель выступал как «Источник информации, способствующей формированию знаний умений и навыков», то современные тренды образования выводят профессию преподавателя на новый уровень компетенстностного развития.

Современные преподаватель это в первую очередь «коуч, помогающий студенту разобраться в обилии информации и выбрать именно ту, которая в максимально короткие сроки позволить сформировать понятийный аппарат и расширит зону ближайшего развития студента», в этой же плоскости находится и относительно новые компетенции преподавателя «экспертная» и «управленческая». [3]

Поддержание мотивации в достижении поставленной цели, распределение информационных потоков, контроль качества формирования профессиональных компетенций, наполнение качественным контентом образовательного пространства – наиболее важные процессы, влияющие на конечный результат.

Маркетинг в социальных сетях (англ. Social Media Marketing, SMM) — процесс привлечения внимания через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач. Marketing в аббревиатуре недостаточно точное слово, так как под ним подразумевается продвижение, которое входит в комплекс маркетинга. То есть, более точное название — продвижение в социальных сетях от англ. Social media promotion (SMP). [5]

За последние годы аккаунт в социальной сети во многом заменил пользователям большинство «функций» интернета. Например, доступ к

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

фильмам, музыке, новостям, несложным играм многие наши соотечественники получают преимущественно через «ВКонтакте».

Но еще в новых медиа можно искать разнообразные услуги и следить за любимыми брендами. Многие локальные бизнесы, особенно в креативных сферах, вовсе обходятся без полноценного сайта, ограничиваясь «пабликом» и несложным лендингом. Словом, необходимость продвижения в social media (и оптимизации основного ресурса под них) неоспорима для современного бизнеса и системы образования, как основной формы подготовки кадров для бизнеса.

Интеграция методов формирования контента и технологий управления информационными потоками, применяемыми в SMM в образовательное пространство позволяет повысить качество образовательных услуг учебных заведений.

Опыт международного сотрудничества с профессиональным колледжем Южного Сава, г. Миккели, Финляндия подтверждает важность SMM в процессе профориентационной работы с учащимися выпускных классов.

Для профориентационной работы в социальных сетях также важно отслеживать инструменты аналитики:

- демографические данные аудитории,
- активность в сообществе по часам и дням недели,
- наиболее «расшариваемые» материалы и т. д.

SMM-продвижение в социальных сетях подразумевает генерацию интересных и полезных материалов, которые пользователи будут распространять самостоятельно, повышая осведомленность о бренде учебного заведения, его имидж и количество читателей аккаунта.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Известный маркетолог и предприниматель Rohit Bhargav назвал 5 основных принципов или правил использования нового тренда. Работа над SMM включает в себя [6]:

- повышение ссылочной популярности ресурса. То есть, вы должны делать такой контент, на который хочется сослаться читателю.
- упрощение процесса «расшаривания» постов и прочих материалов в аккаунты, закладки и т. д.
- поощрение входящих ссылок и ссылающихся пользователей.
- обеспечение распространения контента по другим ресурсам и сетям — со ссылкой на оригинальную, то есть вашу, публикацию.
- поощрение читателей к созданию на основе или с использованием вашего контента.

В процессе преподавания специальных дисциплин для реализации функций контроля и распределения информационных потоков технологии SMM позволяют сформировать непрерывный процесс управления контентом изучаемого материала, через использование приложений социальных сетей (тестеров, рассылок, создания опросов и т.д.)

В кураторской деятельности SMM позволяет аккумулировать поток информации из аккаунтов студентов в социальной сети с целью отслеживания информации выкладываемой студентами на стене аккаунта, ее анализа и принятия оперативных мер по изменению эмоционального фона студента, совместно с психологической службой учебного заведения.

Для внедрения SMM технологий в процессе преподавания от преподавателя требуется:

- коммуникабельность
- креативность

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

стремление к профессиональному развитию
умение анализировать большие объемы информации
системное мышление
ориентация на положительный результат
самоорганизованность
самостоятельность в выполнении поставленных задач
хорошее владение русским и английским языками (письменными)
умение ярко и ёмко выражать мысли
чувство юмора

Кроме всего прочего, для специалиста, работающего с новыми медиа, важен ряд уникальных, специфических SMM-навыков, как: позиционирование сообщества, настройка и управление таргетированной рекламой в VK, Facebook и других площадках, разработка общей SMM-стратегии, опыт в организации интернет-конкурсов, навыки программирования приложений и т. д.

Список использованной литературы:

1. Каланова Ш.М., Академическая заработная плата в Казахстане: нынешняя ситуация и перспективы. // Под ред. Ф. Альтбаха.- 2012.
2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М.: Отдельное издание, 2016
3. Одден Л. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2013 г.

Опубликовано: 07.02.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация», 2018

© Нужин В.А., 2018