

философию: Избранные статьи, доклады, выступления, интервью. М. : Прогресс, 1990. — 366 с.

5. Notebook of philosophical exercises: 111 exercises to practice thinking: by I. Millon & O. Brenifier. URL: [www.pratiques-philosophiques.fr/wp-content/uploads/2015/07/Notebook-of-philosophical-exercises-9.pdf](http://www.pratiques-philosophiques.fr/wp-content/uploads/2015/07/Notebook-of-philosophical-exercises-9.pdf) (дата обращения: 04.03.2017).

## **SOCIAL MOBILE MEDIA В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ**

*Булатова А. В.*

*Уральский федеральный университет имени первого  
Президента России Б.Н. Ельцина,  
Екатеринбург*

**Аннотация:** Статья посвящена современным методам обучения студентов с помощью SMM. Основная цель обучения – это получение навыков создания разных типов и видов контента. Студентам необходимо создать группу в социальной сети в ВК, где они будут на практике решать поставленные задачи.

**Abstract:** The paper is devoted to modern methods of teaching students using SMM. The main goal of learning is getting skills creating different types of content. Students need to create a group in a social network VK, where they will

solve the set tasks in the practice.

Ключевые слова: SMM, социальные сети, ВК, сервис, контент.

Keywords: social mobile media, SMM, VK, service, content.

Социальные сети на сегодняшний день выступают одним из важнейших мест, связанных с продвижением товаров и услуг, позиционированием и продажей, поэтому необходимо, чтобы в образовательном процессе студент, обучающийся по специальности «Сервис» направление «Художественно-рекламный сервис» научился использовать все возможности данных Интернет площадок в своей профессиональной деятельности. В ходе освоения учебных дисциплин «Коммуникативные инструменты и PR-сопровождение сервисной деятельности» (2 курс 2 семестр), «Язык рекламы» (3 курс 2 семестр), «Контент-маркетинг» (4 курс 2 семестр) группе студентов предлагается познакомиться и поработать в различных социальных сетях (SMM): знать их специфику, особенности целевых аудиторий, контента, правил работы и т.д.

В рамках самостоятельной и домашней работы по дисциплинам коммуникативного цикла студентам предлагается реализовать ориентированное на работу в течении семестра задание: групповой проект по теме «Создание контента». Выполнение задание происходит в течении всего семестра, при реализации последующих дисциплин, можно продолжить уже

начатую работу в группе. Для выполнения задания необходимо разбиться на команды по 3-6 человек.

Цель задания: генерация разнообразного оригинального контента.

Задачи: освоение разных видов и типов контента, умение писать статьи на заданную тему, обретение навыков работы с визуальным контентом, понимание соответствия контента целевым аудиториям, овладение приемами и технологиями продающего контента, знание правил размещения контента с точки зрения этичности и эстетичности и тд. Задачи могут быть даны в соответствии темами лекционных и практических занятий, например, написание рекламной статьи в формате списка и размещение ее в своей группе в ВК.

Социальная сеть в ВК удобна для использования в целях обучения, так как в ней могут быть реализованы на практике все виды и типы контента, целевая аудитория близка самим студентам, как правило, 99% процентов студентов зарегистрированы в ней и имеют от 20 до 200 друзей, то есть имеется возможность получить моментальный отклик на выполненную работу в виде «лайков», репостов и комментариев. Также у студентов имеются некоторые представления о правилах, специфике, возможностях, сервисах данной социальной сети. Таким образом, эта сеть выступает как хорошая площадка для отработки навыков создания различных видов и типов контента.

Работа над заданием предполагает следующие этапы:

1. Анализ и специфика социальной сети ВК.

2. Генерация креативной идеи для группы в ВК: тематика группы не ограничена, однако должна позволять размещать в группе разнообразный по характеру контент. Кроме того, условием также является характер группы - это открытая группа, с возможностью комментирования.

3. Следующий этап - распределение ролей в группе: руководитель, ответственные за исполнение правил группы, за подбор контента, за его размещения с учетом активности пользователей, генерацию контента в течение всего периода обучения и т.д. Каждый участник может и должен попробовать себя в разных ролях в течение работы над проектом.

4. Создание группы. Написать правила, группы определить специфику, группы правила, размещения и комментирования, соотношения различных видов контента в группе. Создание и размещение некоторого количества контента, после которого необходимо пригласить друзей или привлечь участников группы, количество участников в группе должно быть не менее 50 человек. Навыки привлечения новых участников группу - методики «раскручивания группы», также отрабатываются в процессе обучения.

5. Основной этап – функционирование

группы в течение семестра, для которой необходимо писать разнообразный контент. Целью обучения является освоение применения студентом разных видов и типов контента. Применение – это поиск, анализ, оценка, редактирование «чужого» контента, а также генерация оригинального контента разнообразных видов и типов, подходящего по тематике группы, что также важно. Характер контента с точки зрения оригинальности должен быть:

- примерно 50% оригинального контента;
- 20% контент, заимствованный из различных источников с указанием источника и автора;
- 30% заимствование контента с последующей переделкой (подборки фотографий, реферативное изложение статей, мемы и тп.)

Виды контента: текст, изображение, видео, комбинированные виды.

Рассмотрим более подробно типы контента, с которыми студент должен уметь работать к концу обучения:

К обучающему контенту можно отнести: интересные факты, типичные ошибки и другие подборки; научные исследования, подходящие по тематике группы; инструкции по использованию (видео, фото, статьи); обзоры новинок рынка; интервью с экспертами; перевод статей, видео соответственно тематики группы; подбор тренингов; книги и статьи, видео, носящие научный или обучающий характер.

Репутационный контент: кейсы; рецензии;

экспертные оценки самой группы; тест драйв продуктов, услуг; отзывы о компании; о вас пишут, вы участвуете, в конкурсе, фестивале, приглашены на ТВ или радио; ссылки на контент других экспертов; контент, решающий проблемы клиентов; поздравления с днем рождения; призы самым активным подписчикам и благодарности; подробный рассказ о том, как создается продукт или оказывается услуга; обзор лучших компаний, товаров, услуг в данной отрасли; интервью с экспертами, когда специально приглашенный гость дает интервью специально для вашей площадки; экспертный чат; внутренняя кухня группы.

Коммуникативный контент: провокации – посты с односторонним толкованием, вызывающие столкновения и бурные обсуждения; работа с материалами предлагаемыми участниками группы; обсуждение проблемных, актуальных вопросов; советы другим пользователям; советы по улучшению группы; ночной чат; опросы; флудильни.

Новостной контент: новости (политика, экономика, культура и тд.), которые имеют отношение к тематике группы; использование хайп-тем; отчеты с мероприятий; новости друзей и партнеров; новости компании; вакансии; важные даты в жизни компании; цифры и отчеты.

Продающий контент: ваши собственные товары и услуги; видеобзоры товаров и услуг; акции и скидки; аукционы; афиша.

Развлекательный контент: юмор подходя-

щий вашей целевой аудитории; интересные и креативные фото; загадки и головоломки; тесты; поздравления с праздниками; необычные факты; истории, притчи, цитаты.

Студент в процессе обучения должен получить теоретические знания и практические навыки и умения работы с различными видами и типами контента.

6. Заключительный этап работы над проектом происходит в конце семестра обучения и включает в себя подведение итогов: анализ существования группы, анализ вклада каждого студента, анализ лучших материалов. Выставление оценок за проделанную работу.

Таким образом, использование социальной сети ВК в процессе обучения, является эффективным инструментом для освоения навыков работы в социальных сетях по созданию разнообразных видов и типов контента, способствующих продвижению и позиционированию продукта, услуги, компании.