

Министерство образования и науки Хабаровского края  
Краевое государственное автономное образовательное учреждение  
дополнительного образования «Центр развития творчества детей  
(Региональный модельный центр  
дополнительного образования детей Хабаровского края)»

**ЦЕНТР РАЗВИТИЯ  
И УПРАВЛЕНИЯ  
ПРОЕКТАМИ**

#вместекуспехукаждого

# Продвижение деятельности педагога через социальные медиа



г. Хабаровск, 2022 г.

Печатается по решению  
научно-методического совета  
КГАОУ ДО РМЦ  
протокол № 1 от 28.02.2022 г.

Продвижение деятельности педагога через социальные медиа /составитель  
Гетман А.А. — Хабаровск: КГАОУ ДО РМЦ, 2022.— 44 с.

Ответственный редактор: М.В. Гладунова  
Ответственный за выпуск: Н.А. Пшеничнова  
Дизайн обложки: Ю.А. Лубашова

Социальные сети, как самая популярная, простая и многофункциональная площадка для обмена опытом, общения, профессионального развития и продвижения педагогической деятельности, является наиболее предпочтительной для медиаактивности педагога.

В данных методических рекомендациях рассмотрены преимущества, особенности и технические возможности наиболее востребованных социальных сетей в России и платформы для создания сайтов. Представлены практические советы и пошаговые инструкции по созданию и продвижению своего профиля в социальных сетях.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	2
Возможности социальных сетей для продвижения педагогической деятельности в медиaprостранстве.....	3
Особенности социальной сети Одноклассники.....	7
Особенности продвижения педагогической деятельности с помощью личного сайта.....	16
Особенности социальной сети ВКонтакте.....	21
Особенности мессенджера Telegram как платформы для продвижения.....	36
Заключение.....	39
Список использованных источников.....	40
Приложение.....	41

## ВВЕДЕНИЕ

Каждое десятилетие 2000-х годов имеет свои импульсы. Нередко они воспринимаются как общественные тренды или технологические прорывы. Их сила велика — они действительно стирают старое и утверждают в сознании новое. Ярче всего тренды, новые способы мышления чувствуются в Интернет-пространстве.

Тренд нынешнего времени — оттачивание навыков самопрезентации и построение личного бренда каждого человека. Наибольшим преимуществом в этом сейчас обладают социальные сети. Блоги позволяют выбирать, у кого учиться и чему, находить общие интересы и сообщества на любой вкус, оперативно получать самые разнообразные новости. Обилие разных мнений в комментариях к публикациям позволяет кристаллизовать своё.

Педагогический работник системы дополнительного образования, так или иначе связанный с художественным, творческим началом, изначально настроен на открытость, контакт с большой аудиторией, на то, чтобы эмоционально делиться своими творческими продуктами, успехами и достижениями, планами. Однако не все понимают, для чего это нужно делать в цифровом пространстве и что именно рассказывать о себе миру.

В данных методических рекомендациях рассматриваются особенности медиаактивности педагога в социальных медиа и способы продвижения педагогической деятельности в медиапространстве.

## **1. Возможности социальных сетей для продвижения педагогической деятельности в медиaprостранстве**

Социальные сети являются неотъемлемой частью личного и профессионального развития педагога. В условиях дистанционного обучения умение правильно использовать цифровые технологии даёт неоспоримое преимущество в карьере педагога. Социальные сети, как самая популярная, простая и многофункциональная площадка для обмена опытом, общения и развития, является наиболее предпочтительной для медиаактивности педагога.

В первую очередь, социальные сети — это способ коммуникации. Речь идёт не только об общении с учащимися и родителями в личных переписках, что тоже немаловажно в работе педагога, но и о публичной трансляции своей жизни, профессиональной деятельности.

Как показывает практика, учащимся интересно узнать увлечения своего наставника, познакомиться с ним не только как с человеком «у доски», но и как с многогранной личностью. В этой связи личные страницы в социальных сетях могут стать дополнительным инструментом педагога. Особенно это актуально в нынешних условиях обучения.

Блог в соцсетях выступает как инструмент личного бренда, как платформа для создания определённого образа в глазах обычных пользователей и профессионального сообщества. Правильно выстроенный образ позволит педагогу стать узнаваемым, расположить к себе нынешних обучающихся и привлечь новых.

Коммуникацию в социальных медиа также можно рассматривать как дополнительный инструмент воспитания в образовательном процессе. Своим примером педагог сможет вдохновить ребёнка на добрые дела, на изменения в лучшую сторону.

Безусловно, аккаунт педагога станет интересным для детей и родителей, если будет содержать полезную информацию. Каждый педагог может использовать на своих страницах образовательный контент из других аккаунтов или создавать свой собственный: размещать различные викторины, короткие видеоуроки, интересные

тесты, полезные статьи, занимательные задания, различные правила, игры, опросы, виртуальные квесты, ссылки на всевозможные группы, сообщества — всё то, что может помочь учащимся и их родителям в освоении дополнительных программ. Вариантов множество, главное — проявить интерес и креативность. Также полезный контент в социальных сетях, размещённый отдельными экспертами и экспертными сообществами, позволит и самому педагогу развивать личностные и профессиональные качества: контент коллег может поспособствовать поиску инновационных идей, актуальных образовательных инструментов.

Обратите внимание, что, как и в реальной жизни, в блоге не стоит забывать о позитивном настрое: публикации должны настраивать читателя на мажорный лад. Размещая что-либо у себя в профиле, педагогу надо помнить, что он, прежде всего, публичная личность, и одно неверно сказанное слово или неудачная фотография могут сильно навредить репутации и дальнейшей карьере.

Помимо очевидных преимуществ социальных сетей в учебно-воспитательном процессе, присутствие и активная деятельность на различных платформах поможет педагогу развивать и успешно применять полезные не только для социальных сетей навыки.

- Креативность.

Уметь творить — чрезвычайно ценно для успешного ведения профессионального блога. Особенно в том, чтобы открывать новые возможности и искать решения за пределами традиционных «правил» маркетинга. Авторы блогов создают тренды, быстро и креативно реагируют на актуальные события, постоянно находятся в поиске идей. Творческий подход к социальным медиа поможет педагогу создавать контент, выделяющийся из общей массы и оказывающий заметное положительное влияние на результаты работы. Насмотренность (опыт, приобретённый в результате просмотра большого количества блогов) способствует развитию креативности.

- Копирайтинг — написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга.

Чем лучше текст публикации, тем легче и эффективнее пользователю будет взаимодействовать с подписчиками. Любой текст нужно уметь адаптировать под разные социальные сети. Обратите внимание, что статья для сайта и пост — это 2 разных текста. Умение писать привлекательные и эффективные посты, которые пользователи не пролистывают, а внимательно читают, является одним из самых ценных навыков для ведения блога.

Из чего состоит хороший текст для социальных сетей?

- ✓ Цепляющий заголовок.
- ✓ Грамотное и правильное изложение мысли. Люди обращают внимание на пунктуационные и орфографические ошибки, их наличие может значительно испортить впечатление даже о самом хорошем тексте.
- ✓ Польза в тексте, либо интересная/юмористическая история из жизни.
- ✓ Структура (деление на абзацы, структурирование с помощью эмодзи), за счёт чего текст становится читаемым, легко воспринимается пользователем.
- ✓ Отсутствие вводных слов, лишних оборотов, длинных предложений, «воды». Закон текста для соцсетей: «Убирайте всё, что можно убрать без потери смысла».
- ✓ Вопрос или call-to-action (призыв к действию) в конце текста. Это нужно для того, чтобы вовлечь подписчиков в тему текста и получить обратную связь.

Для грамотной работы с текстом рекомендуется изучить и применять книгу «Пиши, сокращай: как создавать сильные тексты» (Сарычева Людмила, Ильяхов Максим). В данной книге собраны все секреты успешного копирайтинга как для начинающих, так и для продвинутых специалистов. Книга будет полезна абсолютно всем, кто работает с текстами.



- Дизайн.

Решающим фактором успеха блога является качество и оригинальность визуального контента. Элементарное понимание основ дизайна может помочь педагогу в продвижении своего аккаунта. Правильное сочетание цветов — одна из важных составляющих совершенного образа и стильной и целостной ленты из фото в аккаунте.

Также необходимо придерживаться принципов выбора фотографий для блога: изображения должны быть хорошего качества, соответствующими тематике поста, уместными для той или иной социальной сети и гармонично сочетающимися с предыдущими фотографиями, чтобы лента была целостной. В работе с дизайном блога основная конечная цель автора — свой авторский стиль, узнаваемость, оригинальность. Кроме того, изображения повышают вероятность того, что ваша аудитория сохранит контент, которым вы делитесь.

На рисунке представлен пример неудачной и удачной ленты книжного магазина в социальных сетях. На картинке слева все публикации выглядят разрозненно, использованы разные по стилю снимки, а также не сочетающиеся между собой цвета. На картинке справа все недочёты устранены, лента выглядит гармоничной, «воздушной» и приятной глазу.



- В связи с ростом популярности навыки редактирования видеоматериалов также являются ценным активом для пользователя социальных сетей.

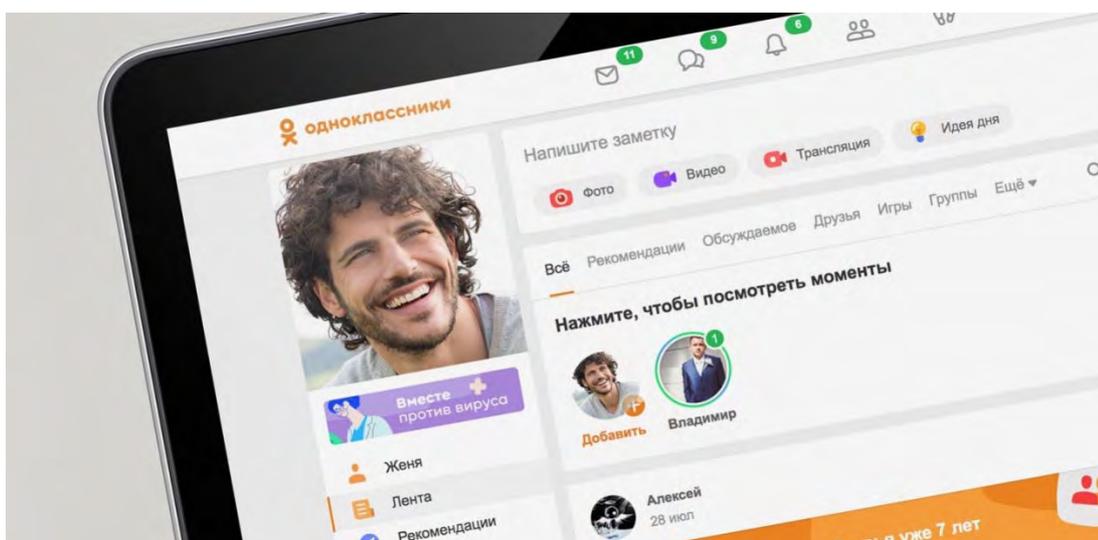
Например, активно набирают популярность «Клипы ВКонтакте» (функция для публикации коротких видео, в основном, юмористического характера, до 60 секунд). Уникальность клипов: видео, опубликованное автором, может увидеть любой пользователь ВКонтакте. Благодаря этому, клипы быстро набирают охват (фактическое количество людей, которые видели определённую информацию в аккаунте) и соответственно — популярность. Сейчас клипы считаются одним из самых эффективных бесплатных способов продвижения блога.

Резюмируя, можно сделать вывод, что пользоваться социальными сетями педагогу можно и нужно. Они действительно могут стать хорошим подспорьем в образовательном процессе, помочь развивать и поддерживать интерес к преподаваемой программе, расширять возможности образовательного пространства, а также развивать личностные и профессиональные качества. Главное — быть ответственным за свой контент, соблюдать все необходимые правила. Социальные сети будут работать на педагога, если он проявит немного креатива и не будет подходить к их ведению как к обязательной работе.

## **2. Особенности социальной сети Одноклассники**

Одноклассники (далее — ОК) — это первая социальная сеть, которая появилась в России. В связи с тем, что данная площадка изначально позиционировалась как место для поиска бывших одноклассников (то есть людей, которые уже окончили школу), на данный момент здесь присутствует самая возрастная аудитория. Согласно внутренним данным соцсети, основная аудитория Одноклассников — люди в возрасте 30-45 лет.

Посещаемость в месяц — более 71 миллиона пользователей. Причём Одноклассники популярны не только в России, но и в Армении, Беларуси, Казахстане, Германии, Грузии, Молдове, Азербайджане и Узбекистане.



Одноклассники обладают рядом особенностей, отличающих данную социальную сеть от других.

- ОК — лидер рынка онлайн-видео и первая социальная сеть в России по просмотрам видеоконтента: в сутки видео в Одноклассниках набирают более 1 миллиарда просмотров. Ежедневно видео в соцсети смотрят более 870 миллионов человек. В 2021 году рост загрузок видео увеличился на 14 %. Причём популярность набирают именно «некоммерческие» видео длительностью до 3-х минут. Это — различные обзоры, инструкции, советы, лекции, юмор и многое другое. Ролики можно снимать заранее, а можно проводить трансляции с предварительным анонсированием. Если педагог обладает базовыми навыками съёмки и монтажа, с вероятностью 99% его видео будут просматриваться, распространяться и пользоваться популярностью.

- Помимо видеоматериалов, на платформе Одноклассников есть музыка, игры и онлайн-сервисы, а также уникальные способы выражения эмоций: «подарки», «оценки», кнопка «класс» и другие эмоции на посты. Популярность реакций и высокая степень «отзывчивости» связана с особенностью целевой аудитории.

- Одноклассники в первую очередь популярны в регионах. Этот показатель влияет на активность пользователей и восприятие контента. Пользователи здесь охотно комментируют публикации, распространяют позитивные новости, положительно относятся к личным сообщениям. Поэтому

показатели вовлеченности (соотношение обратной связи к числу подписчиков группы/ «друзей» аккаунта) здесь выше, чем в других социальных сетях.

- Стоит отметить, что данная социальная сеть была и остаётся так называемой сетью межличностного общения. Пользователи чаще просматривают аккаунты и читают сообщения, нежели следят за новостной лентой. Именно поэтому популярны именно личные аккаунты, а не обезличенные группы или бренды. Педагог, способный грамотно выстроить свой образ и презентовать себя как профессионала, однозначно будет интересен аудитории ОК.

- Целевая аудитория Одноклассников является консервативной. Данная соцсеть чаще используется не для работы, а для общения с близкими, и во время продвижения это стоит учитывать. Публикации с добрым юмором, цитатами, личными отзывами найдут отклик.

- Пользователи Одноклассников равномерно рассредоточены по стране: это упрощает продвижение аккаунта и позволяет заявить о себе жителям каждого уголка России.

- Интересной особенностью ОК является также соотношение зарегистрированных женщин и мужчин (70% к 30%, в то время, как во ВКонтакте зарегистрировано примерно равное количество представителей каждого пола). Соответственно, основной упор в продвижении страницы необходимо делать именно на женщин. Для педагога эта особенность является преимуществом: во-первых, контент позволит охватить больше мам и бабушек потенциальных учащихся; во-вторых, позволит привлечь большую часть образовательного сообщества, доля женщин в котором значительно превосходит долю мужчин.

- ОК уделяет особое внимание образовательным проектам и проектам с просветительской направленностью. Одноклассники инициировали проекты, привлекающие внимание к общественно-значимым темам: ежегодное празднование Дня Победы, исчезновение некоторых видов животных (совместный проект с WWF), социальные проблемы (проекты с ООН о насилии и проблеме ВИЧ, с ЮНЕСКО о воспитании детей, поддержка людей с особенностями слуха, дислексией и аутизмом), образование (проекты с Google об интернет-

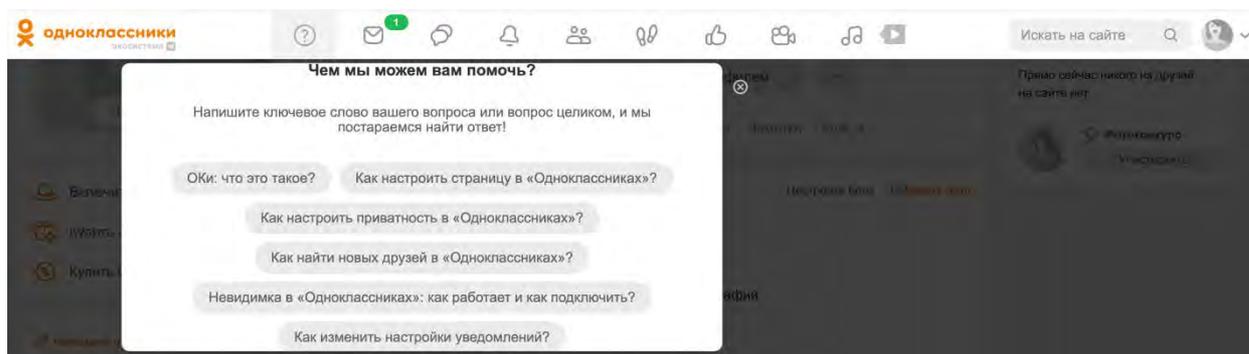
безопасности, онлайн-лекции, квесты и экскурсии от ведущих музеев России), культура (проекты по поддержке молодых музыкантов ОК Live Bands, онлайн-трансляции спектаклей) и другие инициативы.

- По техническим характеристикам Одноклассники обладают максимально комфортным функционалом, очень простым и понятным в использовании. Если у пользователя возникают трудности в решении какой-либо задачи, на помощь всегда приходит служба поддержки, которая оперативно реагирует на любой запрос.

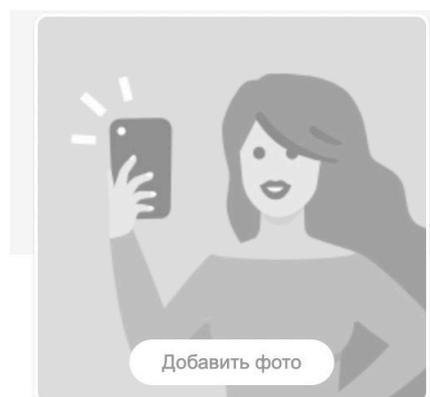
## 2.1 Создание и продвижение аккаунта педагога в Одноклассниках

### Оформление профиля

Первое, что необходимо сделать после регистрации в Одноклассниках — оформить профиль. Функционал соцсети интуитивно понятен и прост, есть целый раздел с советами, лайфхаками и пошаговыми инструкциями от разработчиков.



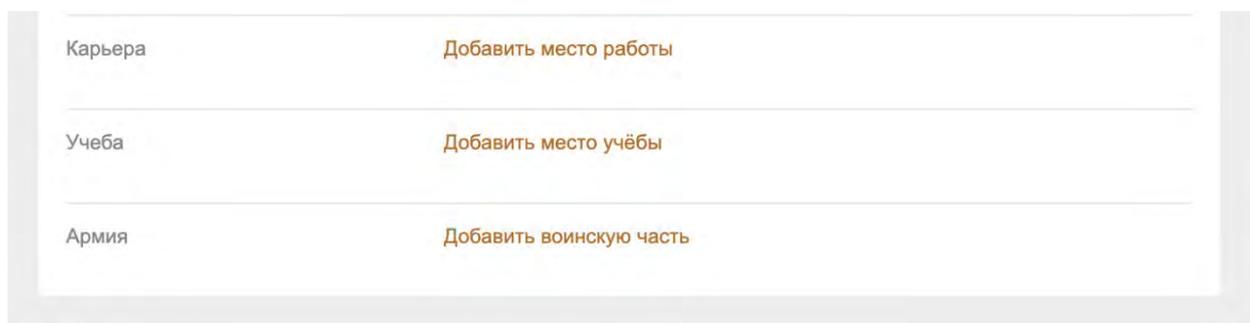
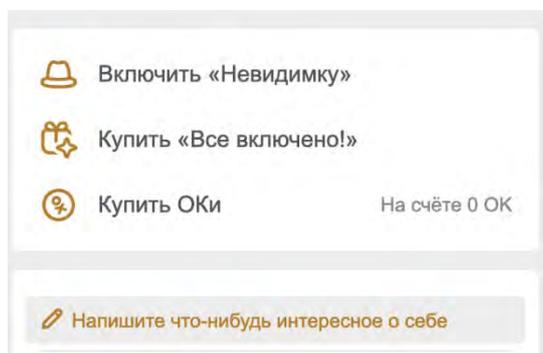
Оформление профиля необходимо начать с установки аватара. Аватар — это главное фото профиля, которое отображается слева при переходе на страницу. Чтобы установить фотографию, нужно нажать на кнопку «Добавить фото» на сером квадрате и загрузить изображение устройства. Рекомендуем ставить свою реальную фотографию.



с

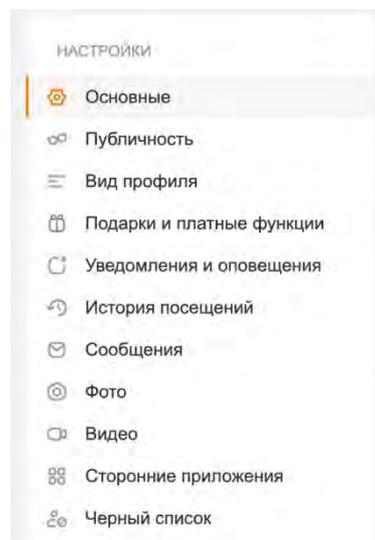
Далее необходимо заполнить данные о себе. Это — увлечения, интересы, место проживания и работы, семейное положение и прочее. Рекомендуем заполнить все поля и указать только достоверную информацию.

1. Под аватаром размещены имя и фамилия — нужно нажать на них.
2. На странице появится блок «Напишите что-нибудь интересное о себе».
3. Над полем с заметками есть пункт «Редактировать личные данные».



После заполнения основной информации рекомендуем установить необходимые настройки профиля. Имеются в виду настройки публичности, безопасности, а также контактная информация.

1. Необходимо нажать на стрелку возле мини-фото вверху справа, в меню выбрать «Изменить настройки».
2. Слева появятся вкладки: «Основные», «Публичность», «Уведомления» и так далее.



## Контент-план и виды контента

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					
	с 17 до 20	лента	информативный					
среда	с 17 до 20	лента	развлекательный					
	с 21 до 23	сторис	вовлекающий					
четверг	с 11 до 13	лента	вовпевающий					
	с 12 до 15	сторис	развлекательный					
	с 17 до 20	лента	информативный					
пятница	с 11 до 13	сторис	вовпевающий					
	с 17 до 20	лента	продающий					
суббота	с 11 до 13	лента	информативный					
	с 17 до 20	сторис	информативный					
воскресенье	с 11 до 13	сторис	развлекательный					
	с 17 до 20	сторис	продающий					
	с 21 до 23	лента	вовпевающий					

Когда профиль оформлен, на основании концепции блога необходимо прописать контент-план — заранее составленный график публикаций в аккаунте. Когда фото обработаны, видео смонтированы, тексты написаны, их нужно только публиковать в соответствии с расписанием. Этот полезный маркетинговый инструмент удобнее всего вести в электронной таблице.

Он помогает воплощать намеченную контент-стратегию, позволяет существенно экономить время и публиковать более качественный контент, чем при хаотичном постинге. Также это важно при постоянно растущей конкуренции за внимание пользователей.

Контент-план может задействовать все необходимые типы контента и форматы публикаций, а также сбалансированно их распределять. В плане наглядно видно и понятно, что конкретно будет опубликовано, когда и в каком виде. Благодаря контент-плану есть возможность выстроить логическую цепочку взаимодействия с подписчиками, чтобы сформировать с ними доверительные и долгосрочные отношения.

Виды контента, которые необходимо включить в контент-план:

✓ информационный контент: how-to статьи, обзоры, рецензии, ответы на частые вопросы, мастер-классы, чек-листы, эксперименты, подборки полезных ресурсов и так далее;

✓ продающий контент: кейс, отзывы, коммерческое предложение, продающий пост. Особенность продающего текста в том, что он содержит конкретное предложение и призыв к действию;

✓ развлекательный контент. Чтобы аудитория не заскучала и продолжала читать блог, нужно время от времени предлагать ей отдохнуть и повеселиться. Это могут быть «вредные советы», комиксы, цитаты, загадки и головоломки, анекдоты, фотомемы, интересные факты;

✓ вовлекающий контент стимулирует клиентов общаться — оставлять комментарии, делиться своими фотографиями. Он используется, чтобы «расшевелить» подписчиков и сделать страничку живой. Это могут быть посты на острые темы, статьи-мнения, интерактивный контент — тесты, викторины, опросы, онлайн-калькуляторы, анимированные инфографики, вопросы-ответы, публикации об актуальных событиях.

Рекомендации по поиску *дополнительных* информационных поводов:

✓ изучите календарь предстоящих выходных и государственных праздников;

✓ внесите в контент-план знаменательные даты;

✓ придумайте контент с интерактивом к интересному событию.

Главное правило, которое следует учитывать — соотношение 70 % на 30 %, тридцать из которых — продающий/рекламный контент. Рекомендовано ввести рубрикацию по дням недели, чтобы контент был более разнообразным и не повторялся.

Периодичность публикации контента может быть разной, однако эксперты в области SMM (Social Media Marketing) рекомендуют делать пост не реже одного раза, но не больше трёх раз в сутки — так публикации будут оставаться в ленте у подписчиков.

## Способы продвижение профиля

Чтобы развивать аккаунт и привлекать в свой блог больше целевой аудитории, педагогу необходимо продвижение в ОК. Рассмотрим платные и бесплатные способы продвижения.

### *Платные способы продвижения*

- Реклама у блогеров. Один из самых эффективных способов продвижения. Блогеры ориентированы на конкретную нишу, они считаются отраслевыми экспертами, тематическими специалистами, и у них есть преданная фан-база. К их советам прислушиваются подписчики — а среди них есть и ваша потенциальная аудитория.

- Реклама на популярных публичных страницах. В Одноклассниках существует множество сообществ по интересам, где можно разместить рекламу своего блога.

- Таргетированная реклама, которая настраивается через рекламный кабинет. Это реклама, направленная исключительно на целевую аудиторию блога. Такая реклама показывается людям, которым интересен ваш продукт.

### *Бесплатные способы продвижения*

- Хэштеги в постах. Например, #хабаровск, #педагог\_хабаровск, #успехкаждогорребенка. Хэштеги — это инструмент, с помощью которого посетители находят посты и блоги в поиске ОК. Чтобы поиск работал в пользу страницы, необходимо прописывать только целевые теги. В одной публикации оптимально использовать до 10 хэштегов.

- Конкурсы и розыгрыши. Суть данного способа продвижения проста: участники подписываются на организатора с целью выиграть приз, который он предлагает. Поэтому этот способ продвижения можно назвать «условно бесплатным», так как приз всё-таки придётся предоставить. Это может быть товар или услуга; главное, чтобы участникам хотелось за него побороться и ради этого подписаться на профиль.

- **Интерактивы:** игровые призывы к действию, флешмобы, челленджи и другие мероприятия с целью получения репостов, повышения вовлечённости аудитории. Например, такие: «поучаствуй», «отметь», «позови друга» и т.д. Главное условие интерактивов — чтобы участник отметил профиль автора в ответной публикации.

- **«Лайкинг» и «фолловинг».** Метод продвижения, который лучше работает на старте, пока аккаунт ещё небольшой. Суть проста: автор ставит «класс» на комментарии, публикации и добавляется в друзья к участникам целевой аудитории блога. Человек увидит в своих оповещениях профиль и откроет его, чтобы посмотреть. Если заинтересуется, то добавит автора в друзья.

- **Гостевой постинг.** Необходимо пригласить в свой блог эксперта, чтобы он написал полезный пост для аудитории. Интересный материал для подписчиков поможет собрать больше реакций, комментариев и сохранений, чем обычный пост. Эксперта можно отблагодарить подарком или оплатить его услугу — тогда этот способ продвижения также можно считать платным.

- **Взаимопиар.** Данный способ продвижения заключается в следующем: автор блога рассказывает о каком-либо другом аккаунте, а владелец этого аккаунта рассказывает об авторе. Получается некий обмен аудиториями. Здесь важно выбрать профиль, близкий к нише блога. Также необходимо выбирать для гостевого постинга участника с количеством подписчиков/друзей, близким к блогу автора. Тогда взаимопиар будет справедливым и взаимовыгодным.

- **Взаимные эфиры.** Можно провести эфир на интересную для подписчиков тему и пригласить на него эксперта или опытного пользователя. Лучше всего анонсировать эфир заранее и подготовить аудиторию в публикациях: предложить людям задать вопрос гостю. В этом случае автору удастся собрать больше участников и просмотров, ведь аудитория уже будет заинтересована и включена в данное событие.

### 3. Особенности продвижения педагогической деятельности с помощью личного сайта

Личные сайты, несмотря на интенсивное развитие социальных сетей, по-прежнему остаются конкурентоспособными в медиапространстве. Единственное, что отличает работу над сайтом от работы над личным блогом в социальных сетях — это большая трудозатратность и трудоёмкость процесса создания веб-страниц. Для того, чтобы эффективно использовать данный способ продвижения, педагог должен обладать определёнными цифровыми компетенциями и базовыми навыками веб-программирования. Однако всё большую популярность набирают платформы с готовыми шаблонами сайтов и простым функционалом, которые сможет освоить новичок в области программирования.

Что представляет собой современный сайт? Сайт (веб-страница, группа веб-страниц) — совокупность страниц, объединённых общей темой, дизайном, имеющих взаимосвязанную систему ссылок, расположенных в сети Интернет.

По содержанию сайты педагогов могут быть нескольких типов.

- Сайт-визитка. Содержит подробную информацию о педагоге, его жизненном и профессиональном кредо, об интересах в профессиональной деятельности.
- Сайт-портфолио. Содержит общие сведения о педагоге, результатах его педагогической, научно-методической деятельности, воспитательной работы. Этот тип сайта даёт возможность опубликовать методические, дидактические материалы, адресованные коллегам и обучающимся.
- Предметный сайт. Организующим центром этого типа сайта будет уже не личность педагога, а преподаваемая программа. Такой тип сайта ориентирован, в первую очередь, на обучающихся и содержит аудио, видеоматериалы, учебные видеофильмы, мультимедиа, справочную информацию. Сайт может быть адресован и обучающимся, и преподавателям-коллегам.
- Образовательный сайт. Данный вид сайтов создаётся для общения, консультирования обучающихся. Содержание сайта включает материал лекций,

разъяснения и дополнительную информацию для подготовки к занятиям, тестовым работам и т.д. На сайте могут быть размещены образцы лучших работ обучающихся.

- **Комбинированный сайт.** Ориентирован на разноаспектную информацию, объединённую, как правило, в соответствии с личными приоритетами и потребностями педагога. Сайты данного типа встречаются на просторах сети Интернет чаще всего.

Сайты, созданные педагогами, обладают большим потенциалом:

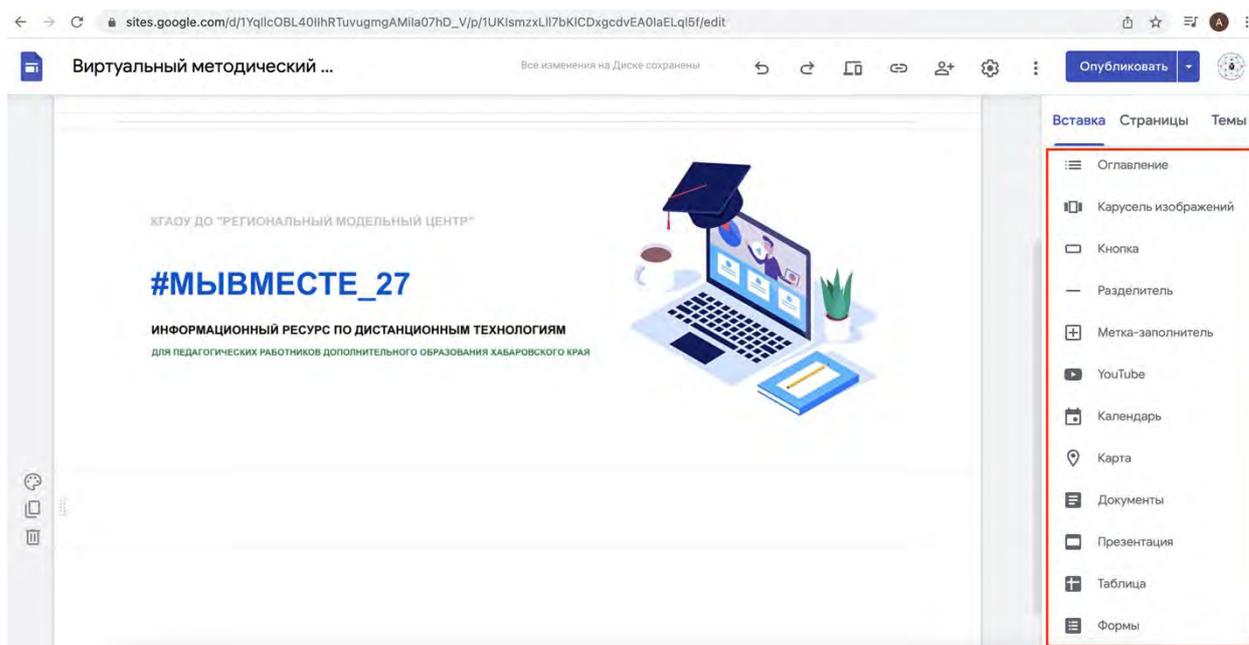
- ✓ дают возможность автору проявить свои творческие способности;
- ✓ дают возможность высказаться, определить свою жизненную и профессиональную позицию;
- ✓ создают возможности для профессионального общения;
- ✓ позволяют публиковать свои методические, научные материалы;
- ✓ выступают как средство для организации самостоятельной работы учащихся;
- ✓ дают возможность проведения консультаций для детей и родителей в удобное время.

Однако стоит учитывать и существенный недостаток данного способа продвижения педагогической деятельности. Владелец сайта не застрахован от потери всех данных, загруженных на свою страничку, в связи с проблемами на сервере портала.

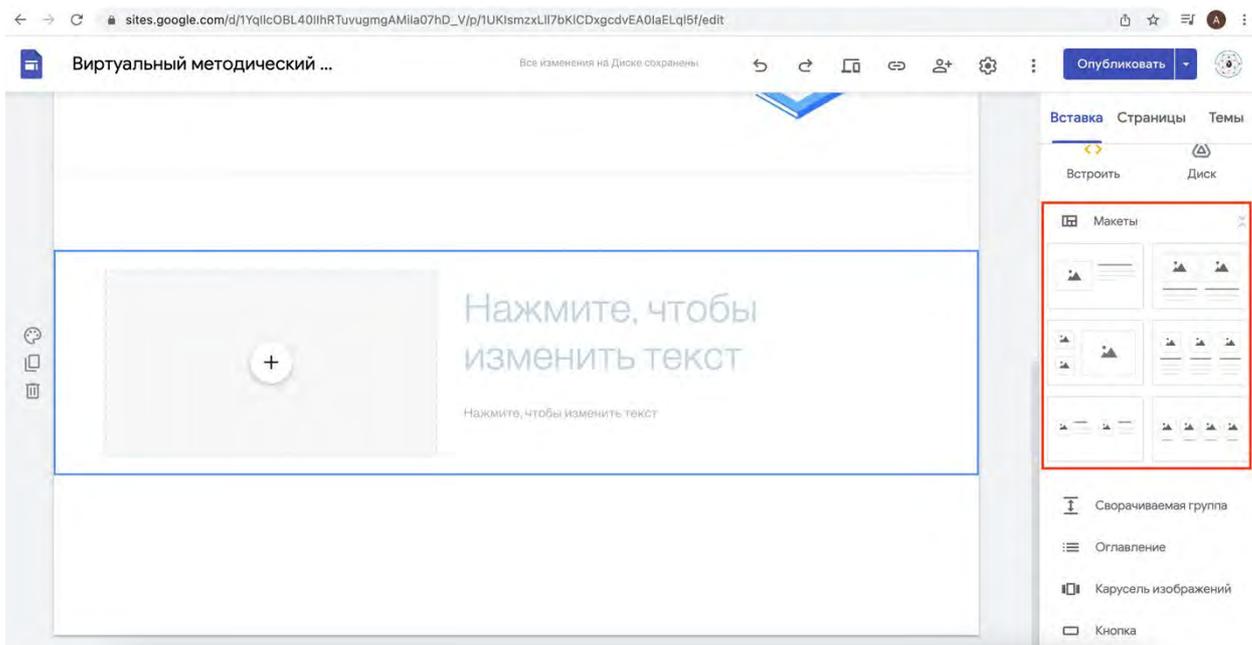
### **3.1 Преимущества платформы Google Сайты**

Google Сайты — это сервис для создания и совместного редактирования веб-страниц. Совместим со всеми веб-приложениями Google Apps, среди которых инструменты для редактирования документов, календарь, карты, а также YouTube и прочие продукты компании. Это отличное решение для педагогов, которые хотят создать простой сайт без вложений денежных средств и привлечения веб-программистов.

На платформе Google Сайты для формирования контента страниц используется, преимущественно, функциональность других веб-сервисов Google: документы, таблицы, карты, презентации, диаграммы, формы, публикацию видео с YouTube, а также небольшое количество дополнительных базовых элементов — например, разделители, кнопки, изображения и, собственно, текст.

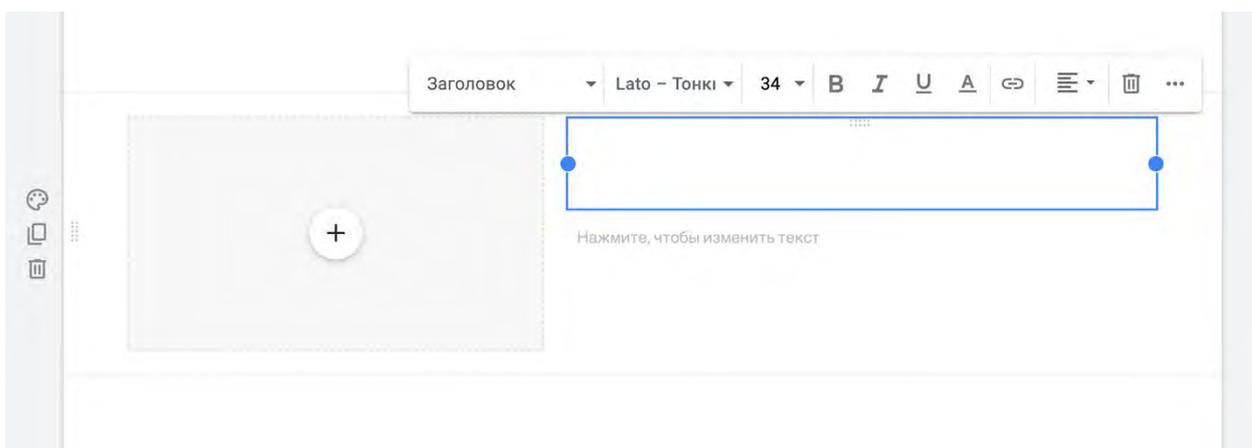


Веб-страницу очень просто заполнить информацией с помощью готовых структур — двух или трёх колонок с изображениями и подписями, видео с описанием и других. Общий смысл в выборе количества элементов, колонок и их взаимного расположения, а разместить в эти ячейки можно любые картинки, текст, карту, видео, объект с Google-диска, календарь и т. д. Всего доступно 6 макетов структур блока. То есть каждая страница будет состоять из комбинаций таких блоков.



Для повышения удобства навигации по длинным страницам можно добавлять оглавление к ним через меню вставки. Если сайт предусматривает заголовки/подзаголовки, они станут частью оглавления, посетители смогут быстро переходить к нужным областям статей.

Полученные блоки с контентом можно копировать и перетаскивать, меняя их местами. Текстовый редактор очень прост и удобен, позволяет ставить ссылки, выбирать выравнивание и тип шрифта.



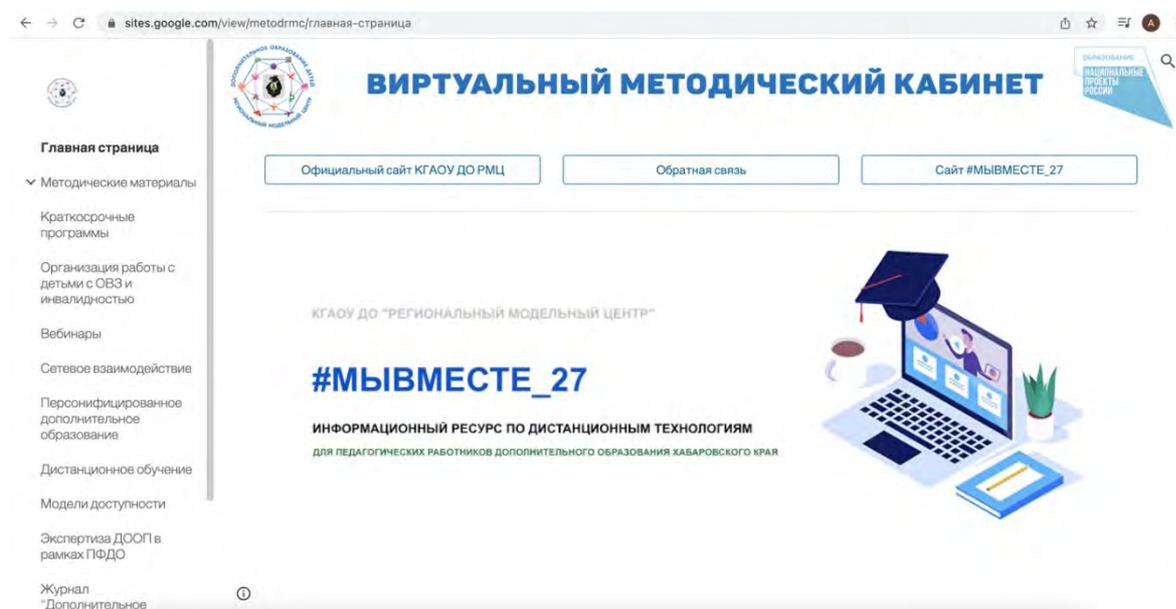
На сайт можно добавить неограниченное количество страниц, которые автоматически будут добавлены в меню первого или второго уровня (можно выбирать при создании). Меню сайта можно расположить сверху или сбоку главной страницы. Также есть возможность добавить логотип, баннер, обложку сайта.

На платформе Google Сайты есть выбор шаблонов по назначению сайта: портфолио педагога или учащегося, справочный центр, проект, мероприятие, команда, ресторан, салон красоты, клуб, учебный курс. Также в рамках каждого шаблона можно менять цветовые схемы, фон и стили заголовков. Основное преимущество данной платформы — возможность создать сайт как полностью по шаблону, так и «с нуля», внедрив собственный уникальный стиль, расположение объектов на страницах и многое другое.

Сервис Google Сайты обладает и другими существенными преимуществами, выделяющими его среди конкурентов:

- ✓ платформа полностью бесплатна;
- ✓ проста в использовании;
- ✓ интегрирована с другими сервисами Google.

На данной платформе специалистами КГАОУ ДО РМЦ создан Виртуальный методический кабинет, который доступен по ссылке: <http://kcdod.khb.ru/?page=1642>



#### 4. Особенности социальной сети ВКонтакте

ВКонтакте — одна из наиболее популярных соцсетей в России и других странах СНГ. Это первая социальная сеть в современном понимании этого термина, получившая распространение в русскоязычном сегменте. ВКонтакте обладает самым большим охватом аудитории в стране: более 70 % жителей России, использующих Интернет, заходят в свой аккаунт хотя бы раз в месяц.



Для многих людей данная соцсеть стала синонимом слова «Интернет», поскольку ВКонтакте обладает достаточно широким функционалом: переписки, новости, фильмы, музыка, игры. В ней есть всё, что нужно современному пользователю.

Основным преимуществом ВКонтакте для продвижения педагогической деятельности является популярность формата группового общения. Об этом говорит наличие более 10 миллионов сообществ (групп по интересам). Пользователи охотно вступают в любые группы: мотивационные цитаты, юмористический контент, бренды, образовательные страницы и т.д.

Сообщество по предоставляемому функционалу может легко конкурировать с форматом личного сайта: большой выбор мультимедийных форматов представления информации, возможность проведения прямых трансляций, опросов, тестирований. Также в сообществе предусмотрено несколько видов коммуникации: можно оперативно решать задачи в личных и групповых переписках, собирать обратную связь в комментариях или проводить публичные обсуждения.

Рассмотрим основные возможности мультимедиа, классифицируя их исходя из формы подачи материала.

- Аудио (аудиозаписи, подкасты).

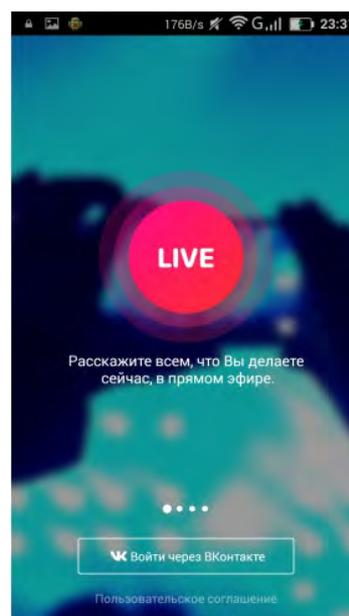
Пользователи ВКонтакте обладают возможностью загружать любые аудиозаписи в публичный доступ. Это может быть авторская музыка, лекции или любой другой аудиоконтент. Также несколько лет назад появилась функция создания подкастов — соцсеть запустила бесплатную платформу для их размещения и прослушивания. Отличительной особенностью подкастов является то, что пользователи могут слушать их в фоновом режиме без ограничений по времени на любом устройстве, а также добавлять выпуск в закладки, менять скорость воспроизведения и делиться с друзьями прямой ссылкой на конкретный эпизод.

Это очень полезная функция для тех педагогов, которые хотят транслировать свой опыт в формате аудио. В свой аккаунт или сообщество можно загружать голосовые уроки, а также вести лекции на любую тему в режиме онлайн.

- Видео (видеозаписи, видеотрансляции, сторис).

Авторские видеозаписи можно размещать в специальные альбомы, публиковать на стене аккаунта или сообщества или отправлять в личных сообщениях. Помимо стандартных видео, в социальной сети ВКонтакте есть возможность создавать «Истории» — фотографии и короткие видеоролики с добавлением текста или стикеров.

Приложение VK Live позволяет проводить прямые трансляции в личном аккаунте или в сообществе. В режиме реального времени каждый зарегистрированный пользователь может создавать видеорепортажи, делиться видео с экрана, камеры, а также проводить круглосуточные эфиры. Такие трансляции можно отправить в личном сообщении, поделиться ими на стене, опубликовать в сообществе или встроить на внешний сайт. Во время эфира зрители могут переписываться в чате трансляции, задавать свои вопросы спикеру или делиться впечатлениями.



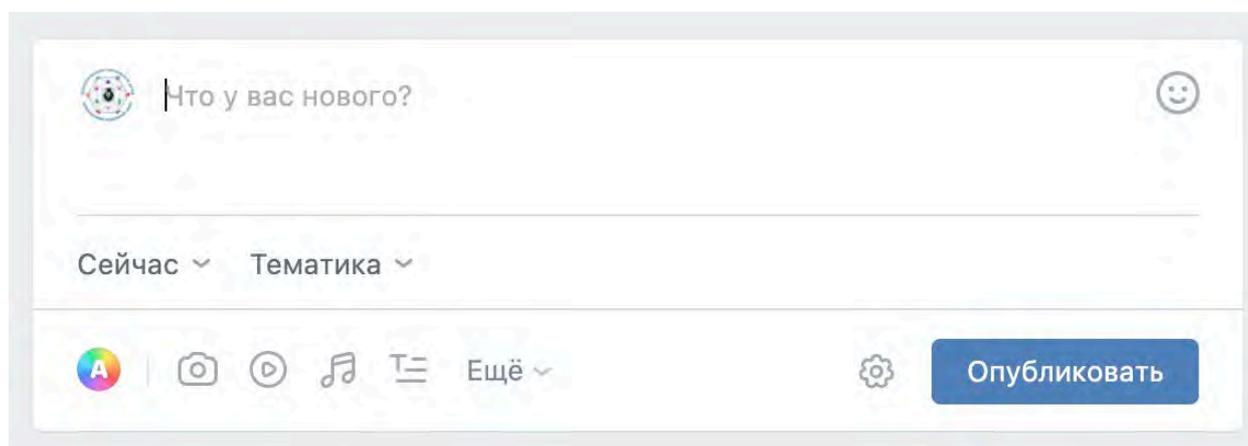
Данная функция предоставляет широкие возможности: в прямом эфире можно проводить занятия, открытые лекции на любые темы, мастер-классы. Трансляции являются альтернативой живому общению, при этом «собеседниками» могут стать люди со всех уголков страны.

- Текстовые публикации (документы в формате word и pdf, записи на стене, статьи и лонгриды).

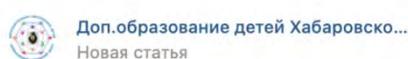
Самый популярный тип публикаций — запись на стене. Это стандартный пост с ограничением 16384 знаков. Для лучшего восприятия текста разработчики ВКонтакте рекомендуют делать записи не длиннее 280 знаков. Если запись будет больше, часть её скроется под кнопкой «Показать полностью».

Данный тип текстовых публикаций не предполагает использование средств форматирования: шрифты, жирное, курсивное и другое начертание, выделение цветом. Однако оформить текст можно при помощи смайлов, значков или символов. Также к нему можно добавить аудиозапись, видеозапись, гиперссылку, граффити, изображение, файл, хештеги и даже опрос.

В режиме создания записи доступна настройка некоторых параметров — времени публикации, тематики и конфиденциальности (можно определить, кому будет виден пост — только друзьям или всем гостям страницы). Опубликованная запись может быть изменена создателем в течение 24 часов с момента публикации. Любая запись на стене в открытом сообществе или с открытой страницы может быть ретранслирована посредством репоста (для этого есть соответствующая кнопка «Поделиться»).



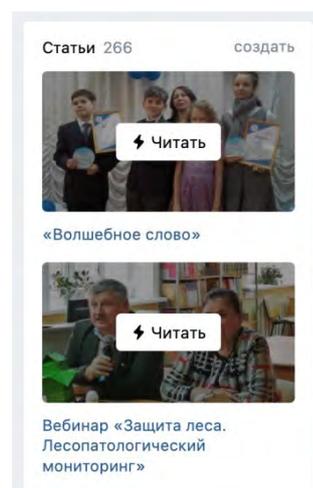
Ещё более широкими возможностями обладает функция создания статей во ВКонтакте. Пользователю предоставлен широкий спектр форматирования текста (абзацы, форматирование шрифта и т.д.), добавления изображений (и подписи к ним), аудио-, видеозаписей, анимации, цитат и гиперссылок. Если статья содержит более 100 слов и набрала более 100 просмотров, то автору при её просмотре станет доступна полная статистика по ней. Статьи одного пользователя или сообщества можно прочесть, пролистав ленту вниз, поскольку одна статья следует за другой.



Статьи ▾ Публикация ▾

Хотите что-то написать?

Не держите это в себе



При публикации статьи автор может выбрать изображение, которое станет её визитной карточкой, на нём же будет написан заголовок. В отличие от записи на стене, гостю страницы видны только заголовок и изображение, полный текст статьи отображается только при нажатии на кнопку «Читать».

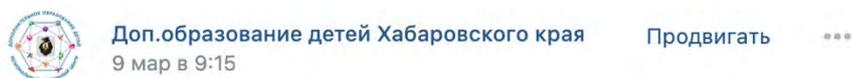
В данном случае можно говорить не только о создании статей, но и о лонгридах значительного объёма, содержащих мультимедийный контент. Отличительной особенностью статьи является возможность поделиться ею без ссылки на первоисточник публикации, то есть, не делая репост, что идентично публикации ссылки на сторонний сайт.

Статья не имеет ограничений по количеству знаков, что позволяет педагогу загружать не только короткие публикации, но и научные статьи и даже свои методические продукты в полном объёме, а дополнительные функции мультимедиа позволят сделать публикацию более интересной, оригинальной, интерактивной.

Данный тип текстовых публикаций можно использовать при создании серии материалов, репортажей, публикации работ учащихся, значимых новостей, отчётов о проведённых мероприятиях и многого другого.

- Изображения и анимированные изображения (гиф, фото, рисунок, иллюстрация и т.д.).

К одной записи на стене можно добавлять не более 10 изображений. Также к записи можно добавить один или несколько фотоальбомов (со страницы любого пользователя или сообщества). Фотографии располагаются в виде мозаики (коллажа), при этом можно изменять их последовательность. Также есть возможность загрузки изображений в формате гиф (анимированного изображения).



Приглашаем к участию во Всероссийских конкурсах по ПДД, направленных на профилактику ДТП с участием детей 🚗

📌 V Всероссийский конкурс рисунков по ПДД С «СУПЕР - МАМОЙ» мы уже изучаем ПДД

Подробнее о конкурсе: 🔗 <https://clck.ru/dYBEG>

[Показать полностью...](#)



Благодаря широким медиавозможностям, платформа ВКонтакте идеально подходит не только для продвижения личного бренда педагога, но и для организации образовательного процесса. Общаюсь с учащимися «на их

территории», педагог становится ближе к детям. Это улучшает и облегчает коммуникацию и взаимопонимание.

В соцсети ВКонтакте удобно распространять электронные книги, учебники, пособия и дополнительные материалы. Находясь перед экраном монитора, а не перед аудиторией, застенчивые ребята чувствуют себя более спокойно. Это их раскрепощает, и они охотнее идут на контакт и принимают участие в дискуссиях.

Разбор и анализ темы, затронутой на занятии и не выясненной до конца, может быть перенесён в онлайн-режим. Через социальную сеть педагог сможет давать задания, консультировать, отвечать на возникающие вопросы. Разработка совместного проекта в онлайн-режиме обеспечит постоянный доступ к обнародованию результатов, спорных моментов и позволит руководителю отслеживать и контролировать его ход. Создание опросов поможет при сборе данных о мнении пользователей по той или иной проблеме.

Через социальные сети можно организовывать не только обучение, но и культурную жизнь: обсуждать проведение мероприятий, планировать совместное посещение музеев, выставок, театров, делиться впечатлениями, фотографиями, видеозаписями. Для повышения своих профессиональных качеств педагог может читать статьи, публикуемые в сообществах, и участвовать в обсуждениях с коллегами.

Возможности ВКонтакте предельно велики, данная социальная сеть отличается гибкостью и стремлением максимально удовлетворить потребности каждого пользователя.

#### **4.1 Создание и настройка сообщества ВКонтакте**

Сообщества являются наиболее популярным средством коммуникации и продвижения ВКонтакте. Именно поэтому педагогу рекомендуется создать своё сообщество, чтобы эффективно продвигать педагогическую деятельность в данной социальной сети.

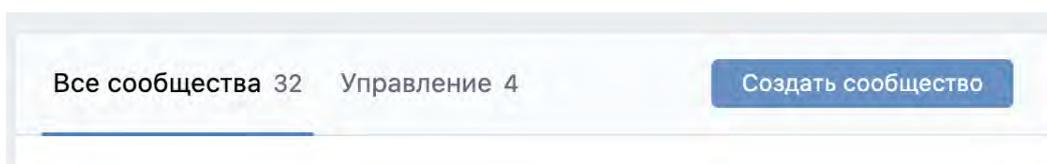
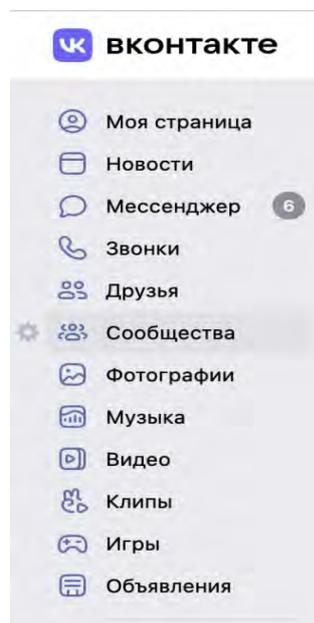
Преимущества и возможности сообщества ВКонтакте:

- ✓ быстрое создание — обычно процесс настройки занимает не более 10-15 минут;
- ✓ создать сообщество ВКонтакте можно абсолютно бесплатно, а при грамотном продвижении группа по эффективности может сравниться с лендингом (веб-страницей) или полноценным сайтом;
- ✓ большинство действий, связанных с продвижением ВКонтакте, интуитивно понятные и простые.

Разберем процесс создания сообщества пошагово.

### 1. Создание сообщества.

Для создания сообщества необходимо в меню слева нажать на вкладку «Сообщества». На открывшейся странице будет доступен список групп, в которых состоит пользователь. Необходимо нажать на кнопку сверху «Создать сообщество».



### 2. Выбор типа сообщества.

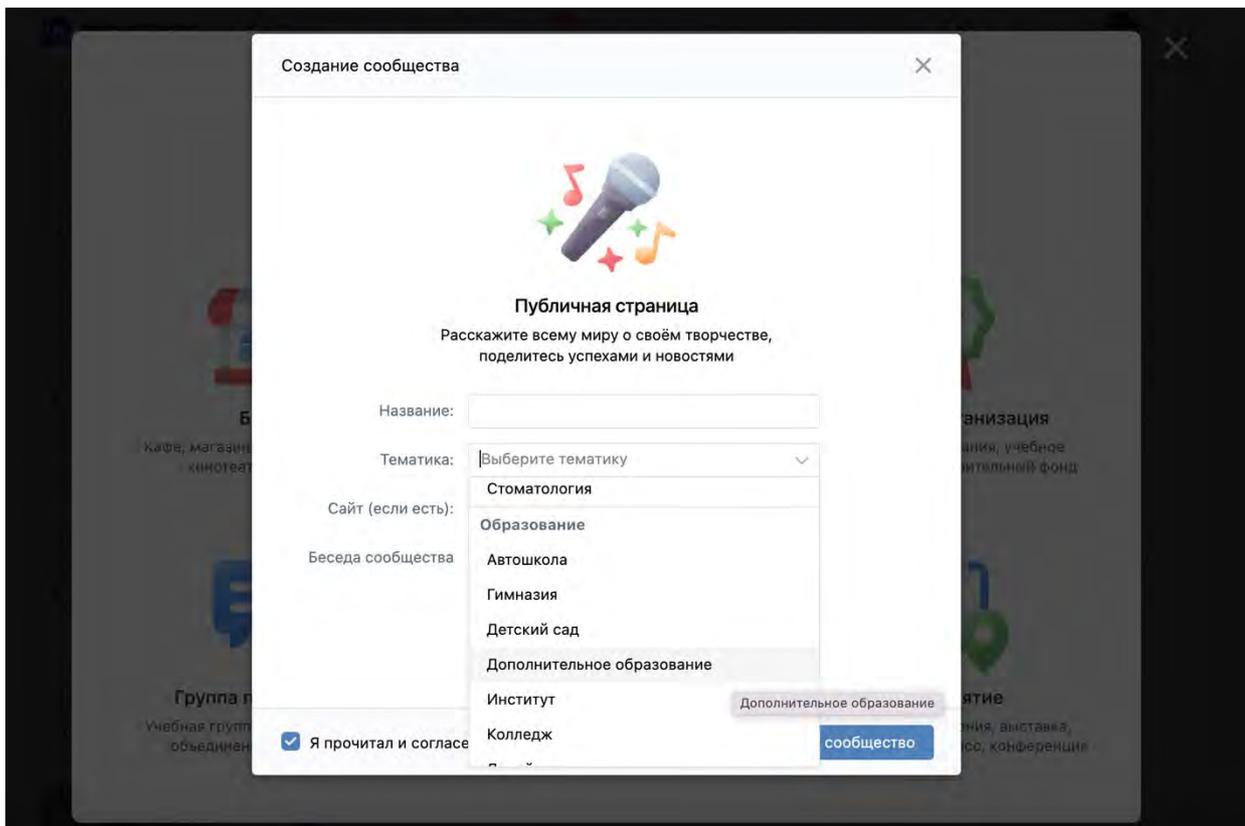
Появится всплывающее окно, в котором социальная сеть предлагает выбрать тип сообщества.



ВКонтакте сам поясняет, для каких целей подходит тот или иной тип группы. Выбирайте то, что подходит именно вам. При необходимости тип сообщества можно в любой момент изменить в настройках. Для продвижения педагогической деятельности рекомендуем выбирать тип «Бренд или организация» или «Публичная страница».

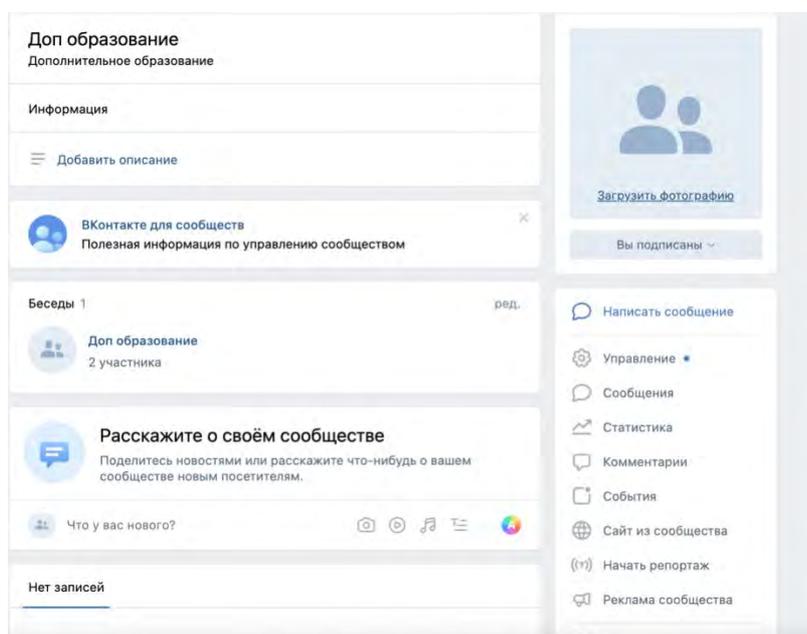
### 3. Название и тематика группы.

Далее появляется всплывающее окно, где в зависимости от выбранного типа сообщества необходимо будет написать название, указать категорию или тематику — открытое это будет сообщество или закрытое, добавить ссылку на сайт и физический адрес.



В поле «Название группы» необходимо ввести название группы. Это может быть ФИО педагога, название организации, название программы или дисциплины или любое ключевое слово, относящее к деятельности педагога.

В завершение необходимо нажать на кнопку «Создать сообщество». Так выглядит только что созданная страница. Необходимо ее настроить и наполнить информацией.



#### 4. Аватар.

Аватар сообщества ВКонтакте — это иконка, которая показывается рядом с постами группы в ленте новостей. Чтобы её установить, в правом верхнем углу необходимо нажать «Загрузить фотографию».

Рекомендуемый размер аватара — 200x200 пикселей. Выбранная в качестве аватара картинка должна быть яркой, лаконичной и запоминающейся. Это поможет подписчикам отличать посты группы от других. После загрузки ВКонтакте сначала предложит обрезать основную картинку, а потом настроить миниатюру.

#### 5. Информация о группе.

Чтобы продолжить настройку группы, необходимо нажать на «Управление» под установленным аватаром.

The image shows a screenshot of the VK group settings page. The main content area is titled 'Основная информация' (Basic Information) and contains the following fields:

- Название:** Доп образование
- Описание:** (empty text area)
- Обложка:** Добавить
- Адрес:** <https://vk.com/public211470719>  
Как правильно выбрать адрес и можно ли использовать уже занятый, читайте [здесь](#).  
Вы можете создать наклейки для вашего сообщества, добавив странице короткий адрес.  
[Создать наклейки для других сообществ](#)
- Верификация:** Подать заявку

At the bottom of this section is a blue button labeled 'Сохранить' (Save).

Below the main information section is a section titled 'Кнопка действия' (Action Button) with the following details:

- Кнопка действия:** Выключена
- Кнопка вверху вашего сообщества помогает людям выполнить действие. Кнопку можно отредактировать

On the right side of the page, there is a sidebar menu titled 'Настройки' (Settings) with the following items:

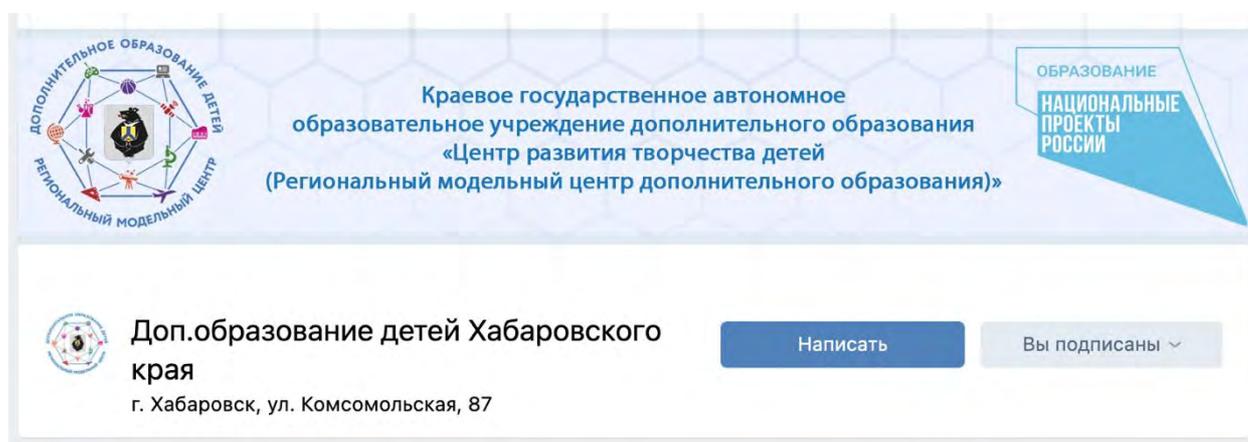
- Доп образование вернуться к странице
- Настройки
- Разделы
- Комментарии
- VK Donut
- Ссылки
- Адреса
- Меню
- Работа с API
- Истории
- Участники
- Сообщения
- Сайт из сообщества
- Беседы
- Приложения
- Денежные переводы
- Журнал действий

At the bottom of the sidebar, there is a section titled 'Монетизация ВКонтакте' (Monetization in VK) with the text 'Узнайте обо всех способах' (Learn about all ways).

Далее необходимо заполнить основную информацию о группе — это то, что будут видеть пользователи, которые попадут на страничку. В описании сообщества можно написать, о чём эта группа, написать преимущества, указать сферу деятельности.

#### 6. Обложка сообщества.

Чтобы добавить обложку группы, необходимо зайти в настройки сообщества, нажать на кнопку «Загрузить», выбрать на своём ПК заранее подготовленную картинку (1590 на 400 пикселей в формате — JPG, GIF или PNG) и нажать «Сохранить». Так на странице сообщества будет выглядеть обложка:



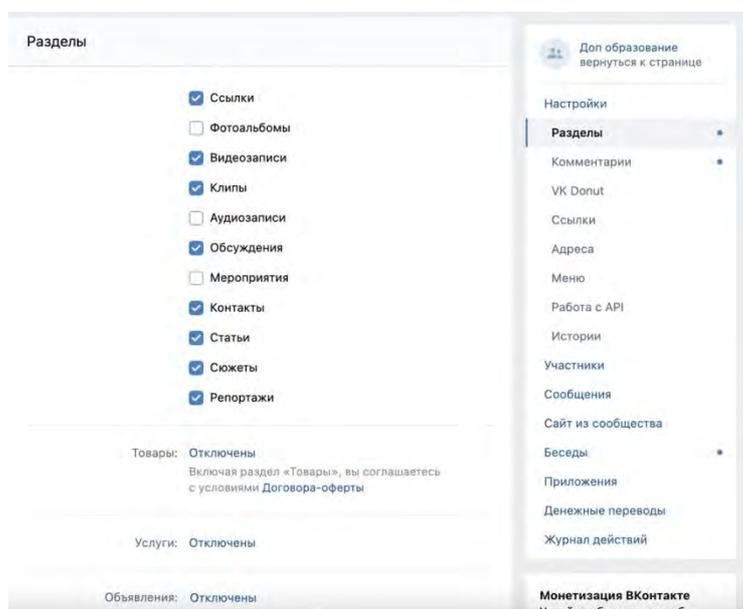
#### 7. Разделы группы ВКонтакте.

В этом пункте настроек необходимо включить или отключить определённые разделы. Рекомендуем отключить разделы, которые планируется использовать.

Также для всех разделов можно настроить уровень

доступа: открытый или ограниченный. Открытый — могут добавлять все, ограниченный — только администраторы и редакторы сообщества.

Это основные настройки, которые необходимо сделать после создания группы. В зависимости от своих потребностей можно настроить фильтр

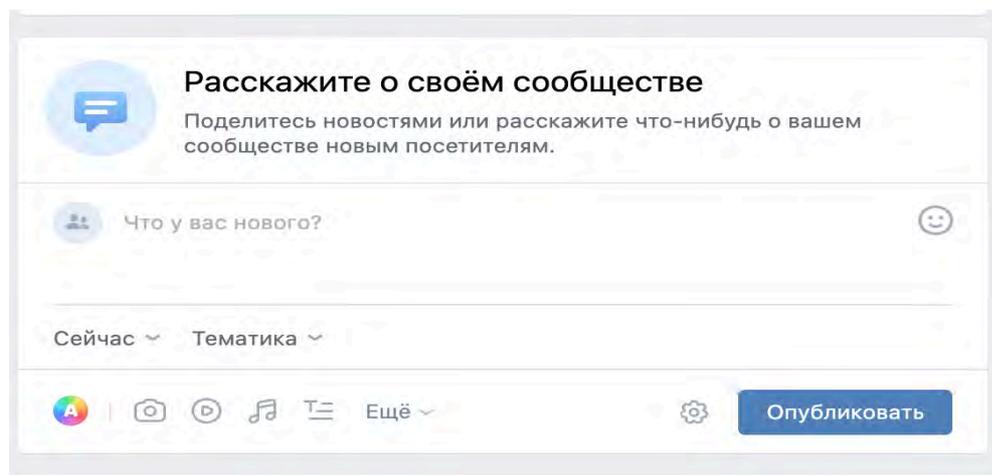


не

комментариев, добавить ссылки, включить сообщения, подключить дополнительные приложения и прочее. Функционал сообщества очень широк.

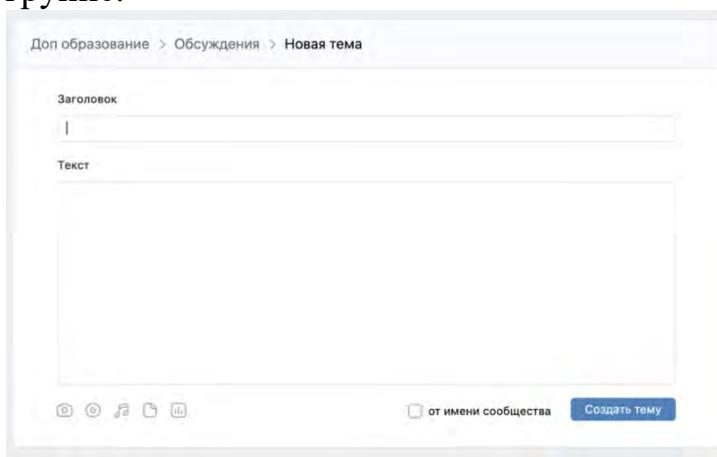
## 8. Создание первой записи.

Чтобы добавить первую запись от имени группы, необходимо нажать на кнопку «Что у вас нового?», загрузить туда текст, фото, видео или воспользоваться другими возможностями данной функции.



## 9. Создание обсуждения в группе.

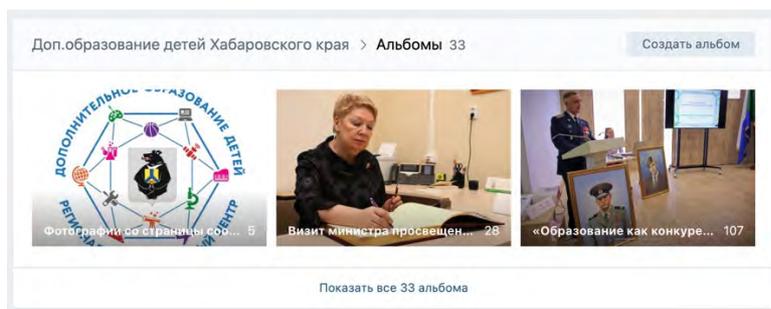
Для того, чтобы создать новое обсуждение, необходимо перейти в раздел «Добавить обсуждение», ввести заголовок и описание обсуждения, после чего нажать «Создать тему».



Обсуждения будут доступны всем посетителям сообщества.

## 10. Альбом группы и фотографии.

Включите раздел «Фотографии» в настройках и создайте альбом группы. Рекомендуем размещать только реальные фото — это поможет сформировать доверие. Фотографии, которые добавлены через кнопку «Добавить фото», будут загружены в основной альбом группы.

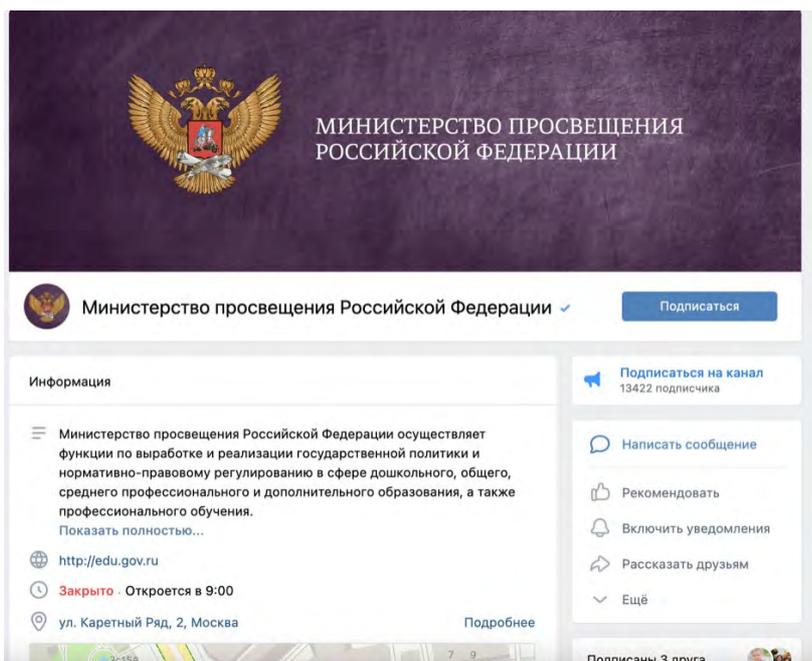


Справа на вкладке «Фотоальбомы» можно добавить новый фотоальбом, таким образом распределив все фото по отдельным категориям для удобства пользователей.

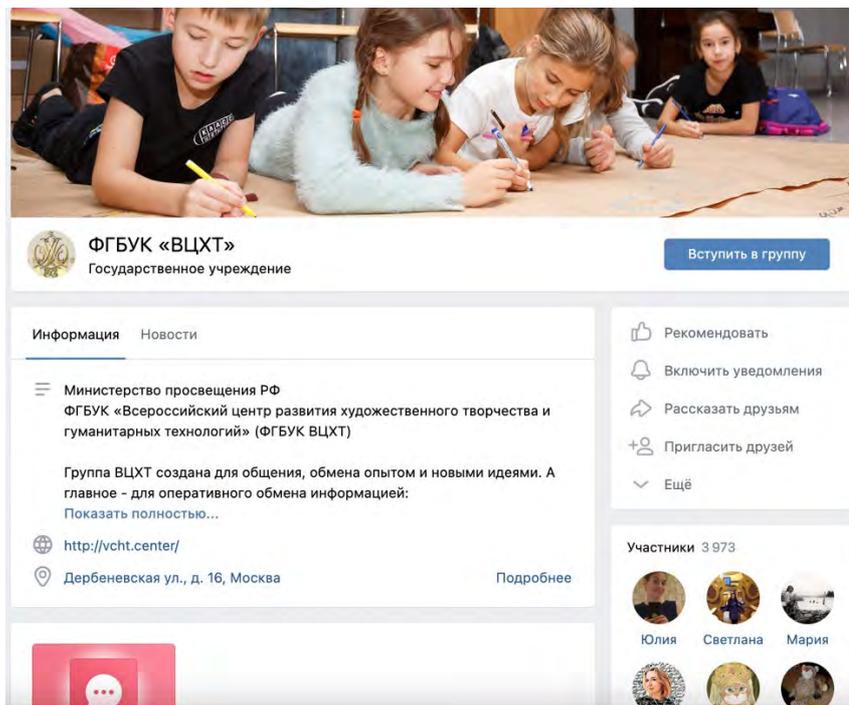
### Примеры успешных образовательных сообществ ВКонтakte

Министерство просвещения Российской Федерации:

<https://vk.com/minprosvet>



ФГБУК «ВЦХТ»: [https://vk.com/fgbuk\\_vcht](https://vk.com/fgbuk_vcht)



Классное Радио РДШ: <https://vk.com/klassnoeradio>



## 5. Особенности мессенджера Telegram как платформы для продвижения

Telegram — это набирающая популярность платформа, мессенджер (приложение для обмена мгновенными сообщениями и видео), имеющий ряд бесспорных преимуществ, среди которых — удобство презентации новостных лент и управления аудиторией.



Именно Telegram развил идею перехода аудитории из социальных сетей в мессенджеры, предложив пользователям создавать каналы, групповые чаты и развивать ботов. Telegram обладает широкими возможностями для продвижения, которые регулярно обновляются и дополняются новыми функциями.

Основные формы коммуникации в данном мессенджере — каналы, групповые чаты и боты. Групповой чат представляет собой стандартную группу из нескольких участников, где отправлять сообщения может каждый участник группы. Данный тип коммуникации удобен для общения с учащимися и их родителями или коллегами.

В отличие от групповых чатов, каналы в Telegram представляют собой платформу для микроблогинга. С помощью каналов авторы могут доставлять разнообразный контент и вовлекать аудиторию. Одним из главных преимуществ ведения канала в Telegram является возможность оповещать пользователей о новых постах. Включены уведомления или выключены, количество непрочитанных сообщений будет отображаться в списке чатов. Именно этот

элемент делает Telegram привлекательным каналом распространения контента. Сообщение в любом случае доходит до каждого участника канала.

Главным элементом канала, является направленность контента. Типы контента, на которые стоит обратить внимание.

- Ссылки с подводками. На своём канале можно делиться любыми ссылками, ведущими на сайты, другие соцсети или трансляции. Написав небольшую подводку к ссылке, переход по ней участниками канала становится более вероятным.

- Авторские заметки. Это может быть мнение педагога по определённой теме, советы, новости или любой другой контент, являющийся авторским.

- Лонгриды. Аналогично социальной сети ВКонтакте, Telegram даёт возможность всем авторам публиковать длинные тексты и статьи, сопровождая их ссылками, фото или видео.

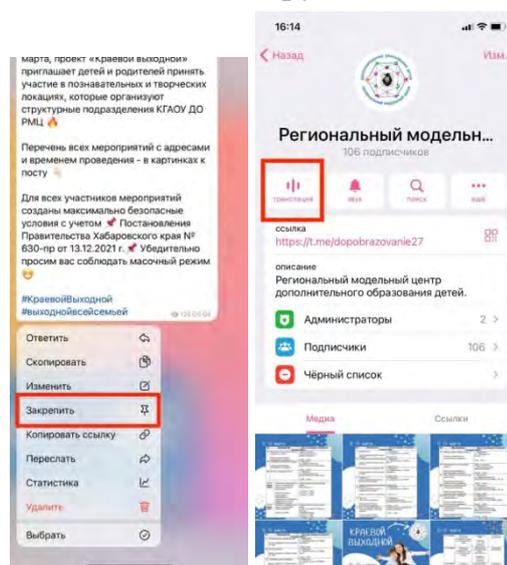
- Визуальные публикации. Мессенджер не обязывает авторов канала размещать картинки к публикациям, однако визуальный контент помогает читателям лучше понять тему, а авторам разнообразить свой контент.

Telegram обладает рядом технических преимуществ, отличающих мессенджер от многих социальных сетей.

- ✓ Возможность делиться файлами разного типа и размера. В мессенджере нет ограничений по формату и объёму данных, загружаемых на сервер данной платформы. Пользователи могут обмениваться любыми файлами быстро и беспрепятственно.

- ✓ Приложение доступно как на смартфонах, так и на ПК.

- ✓ В Telegram есть возможность запустить видеотрансляцию для подписчиков канала.



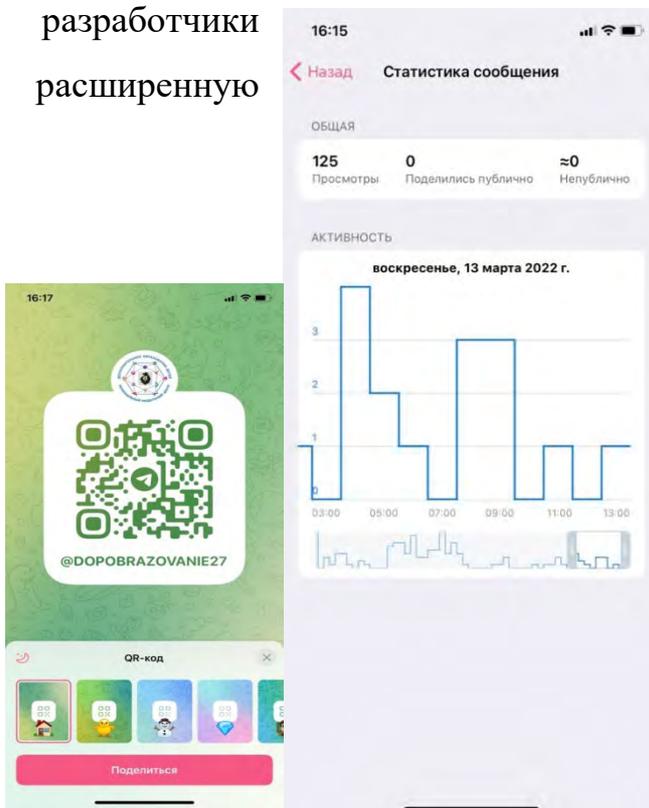
✓ В Telegram-канале можно закрепить наиболее значимую актуальную публикацию в чате. Переход к этой публикации для участников будет возможен в любое время, даже если сама публикации была сделана давно.

✓ Авторам Telegram-каналов разработчики предоставили возможность получать расширенную статистику по публикациям.

✓ В Telegram владелец канала может приглашать участников, скопировав ссылку в настройках канала или поделившись уже сгенерированным QR-кодом.

Telegram постепенно становится альтернативой любой социальной сети. Разработчики активно тестируют

рекламные возможности и интеграцию с другими сервисами. Возможно, в ближайшем будущем Telegram станет самой эффективной платформой для продвижения. Однако в том, что нужно зайти в этот мессенджер всем педагогам и транслировать свою педагогическую деятельность уже сейчас, сомнений нет.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Российское образование сегодня находится на стадии модернизации. Как и в других сферах деятельности, на первый план здесь постепенно выходят рыночные отношения, а конкурентоспособность приобретает ключевое значение. Педагогу XXI века необходимо занимать активную жизненную позицию, продвигать свои услуги среди целевой аудитории, создавать свой личный бренд в социальных сетях.

Бренд педагога создаётся годами, но первые шаги можно сделать уже сейчас: прописать концепцию блога, создать и оформить свой профиль, разработать контент-план и следовать ему.

Главные тренды социальных медиа последних трёх лет неустанно служат тому, чтобы продемонстрировать нам новый социальный идеал. Это уже не лицо с обложки, а «лицо из жизни». Опытным путём можно вычислить, какие стороны личности, включая профессиональные качества, могут нравиться аудитории, что именно позволяет достичь успеха, как можно стать более эффективным в своей деятельности. На этом пути есть много интересных инструментов, которые позволяют педагогам посредством медиаактивности заниматься образовательным маркетингом.

## Список использованных источников

1. Блог нетологии [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <https://netology.ru/blog>
2. Использование социальных сетей в образовательной среде [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <https://infourok.ru/statya-natemu-ispolzovanie-socialnih-setey-v-obrazovatelnoy-srede-439548.html>
3. Прогноз трендов в socialmedia на 2021 год. Исследование TalkWalker и Hubspot [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <https://news.pressfeed.ru/prognoz-trendov-v-social-media-na-2021-issledovanie-talkwalker-i-hubspot/>
4. Социальные сети как инструмент развития: виды и возможности [Электронный ресурс] / Бондаренко Е. — Электрон. журн. — Режим доступа: <https://hrbazaar.ru/articles/soczialnye-seti-kak-instrument-razvitiya-vidy-i-vozmozhnosti/>
5. Социальные сети. Руководство по эксплуатации [Электронный ресурс] / Дайворт Майкл. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <http://www.dkniga.ru/upload/iblock/d6b/d6b3620d20875e5a9889c08c251b201a.pdf>
6. Тренды соцсетей 2022: чего ожидать [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/opinion/marketing/2022/01/11/301955.phtml>
7. Учитель и соцсети: правила выживания [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <https://pedsovet.org/beta/article/ucitel-i-socseti-pravila-vyzivania>

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Сайты, каналы в Telegram и другие полезные источники информации для эффективной работы в социальных сетях

#### Текстовый контент

- Как делать пробелы в текстах — чат-бот в Telegram Text4InstaBot (скачайте Telegram, найдите в поиске бот, отправьте ему текст, он автоматически вставит между абзацами пробелы).
- Как проверять текст на грамотность — сайт <https://glvrd.ru/>. Главред помогает очистить текст от словесного мусора, проверяет на соответствие информационному стилю.
- Как проверять текст на ошибки (орфография, пунктуация) — сайт <https://text.ru/spelling>.
- Как вставить интересные шрифты в текст — приложение Fonts & Text Emoji.

#### Фотоконтент (редактирование фото)

- Как сделать интересный дизайн (множество шаблонов, стикеров, шрифтов) — приложение Canva.
- Как на смартфоне обрабатывать фото как в Photoshop — приложение Lightroom.
- Как более точно редактировать фото — приложение Snapseed.
- Как наложить интересный фильтр на фото — приложение VSCO.
- Как наложить фильтры и комплексно обработать фото — приложение PicsArt.
- Как сделать коллаж из фото — приложение Mixgram.

### **Видеоконтент (монтаж видео)**

- Комплексная и простая обработка видео (нарезка, фильтры, эффекты, музыка) — приложение Inshot.
- Обработка видео для клипов — приложение Instories.
- Обработка видео для постов и клипов — приложение MOJO.

### **Полезная информация/новости в мире SMM**

- Блог Алексея Ткачука <https://dnative.ru/> , телеграм-канал @dnative
- Сайт агентства комплексного Интернет-маркетинга <https://texterra.ru/>
- Полезный блог <https://vc.ru/>
- Телеграм-канал агентства SETTERS @setters
- Телеграм-канал CreLab @crelab
- Телеграм-канал «Квадратный маркетинг» @markguru

## ДЛЯ ЗАПИСЕЙ

## ДЛЯ ЗАПИСЕЙ

## ДЛЯ ЗАПИСЕЙ

Продвижение деятельности педагога через социальные медиа

Краевое государственное автономное образовательное учреждение  
дополнительного образования «Центр развития творчества детей  
(Региональный модельный центр дополнительного образования детей  
Хабаровского края)»

680000, г. Хабаровск, ул. Комсомольская, 87  
тел. / факс: (4212) 30-57-13  
Телеграм: @dopobrazovanie27 @rnc27holiday  
ВКонтакте: @dop.obrazovanie27  
e-mail: yung\_khb@mail.ru  
<http://www.kcdod.khb.ru>

Подписано в печать: 28.03.2022

Тираж: 30 экз.

Методические материалы размещены на сайте КГАОУ ДО РМЦ



физкультурно-спортивная



туристско-краеведческая



художественно-эстетическая



естественнонаучная



техническая



социально-гуманитарная

