



Министерство просвещения Российской Федерации
ФГБОУ ДПО «Институт развития профессионального образования»

**ТРЕБОВАНИЯ К НАПОЛНЕНИЮ КОНТЕНТА,
ВЕДЕНИЮ И ПРОДВИЖЕНИЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ
КЛАСТЕРОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ»**

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Москва
2023





Требования к наполнению контента, ведению и продвижению социальных сетей кластеров федерального проекта «Профессионалитет»: методические рекомендации / ФГБОУ ДПО «Институт развития профессионального образования» – Москва, 2023 г.

Настоящие методические рекомендации предлагают основные требования к материалам, отражающим актуальную информацию об образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования, входящих в состав кластеров федерального проекта «Профессионалитет», а также рекомендации к оформлению фото-, видео- и иных материалов, публикуемых в официальных информационных ресурсах и социальных сетях участников кластеров федерального проекта «Профессионалитет».

Настоящие методические рекомендации предназначены для социальных сетей образовательных организаций, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования, входящих в состав кластеров федерального проекта «Профессионалитет».





Предисловие

Социальные сети «ВКонтакте» и «Телеграм» сегодня предлагают наиболее широкие возможности для информирования по реализуемым мероприятиям и охвата целевой аудитории. В социальной сети «ВКонтакте» выкладываемые материалы могут носить более подробный характер, а телеграм-каналы в краткой форме информируют о значимых мероприятиях и содержат ссылки для детального ознакомления с событием

Данные требования к наполнению контента, ведению и продвижению социальных сетей кластеров федерального проекта «Профессионалитет» (далее – ФП «Профессионалитет») разработаны с целью приведения социальных сетей «ВКонтакте» и «Телеграм» к единому стандарту и стилю с учетом брендбука федерального проекта и отраслевого подхода.

Контент – информационное наполнение аккаунта социальной сети. Это та информация, которую мы доносим до читателей через новостную ленту.

Пост – это небольшое информационное сообщение, размещенное в соцсети. Зачастую он содержит, помимо текста, картинки, ссылки, графики, аудио - и видео-материалы.

Репост – вторичная публикация сообщения, размещённого другим пользователем в социальной сети или блоге, со ссылкой на источник.

Хэштег – это символическая комбинация, состоящая из символа решётки (#) и последующего слова или фразы без пробелов. Хештеги используются для обозначения и категоризации контента в социальных сетях и на других платформах. Когда пользователь добавляет хэштег к своей публикации, система автоматически превращает его в кликабельную ссылку.

Под продвижением подразумевается – проведение определенных мероприятий, направленных на привлечение новых подписчиков для донесения информации до целевой аудитории.

Популяризация подразумевает изложение, распространение, пропаганда идей проекта в общепонятной, доступной для широкого круга людей форме.





1.1. Название в командной строке указывать в едином формате:
https://m.vk.com/(название на латинице) professionalitet.

1.2. Необходимо загрузить типовую шапку сообщества по отраслевому принципу. Также необходимо добавить регион и название колледжа без аббревиатур.

Примеры и готовые вариации по отраслевой принадлежности прилагаются: <https://disk.yandex.ru/d/16Mz2PEDU-iCMQ>.



1.3. Описание сообщества должно содержать следующие элементы:

- информацию об образовательных кластерах среднего профессионального образования федерального проекта «Профессионалитет» по отрасли «___» на базе _____.
- Указать колледжи-партнеров (базовую ОО, сетевые ОО), работодателей.
- Ссылка на сайт www.ЯПРОФ.РФ и группу ФП «Профессионалитет» https://vk.com/fp_professionalitet является обязательной.

Пример оформления:

Подробнее о федеральном проекте «Профессионалитет» на сайте www.ЯПРОФ.РФ https://vk.com/fp_professionalitet

2. Загрузка видео- и фотоальбомов

2.1. **Видеоальбом** включает следующие материалы:

- обращение В. Путина о Профессионалитете;
- доклад Т. Голиковой о промежуточных итогах;
- видеоинтервью С. Кравцова;

Видеоматериалы: <https://disk.yandex.ru/d/HiBOYTxmLOBxNA>

– обзорное видео об образовательной организации, реализующей образовательные программы СПО, продолжительностью до 3 минут с обязательным указанием региона, города, отрасли, содержащее подробную информацию о специализации колледжа в рамках ФП «Профессионалитет», кадры обучения студентов, информацию об обучении педагогов, а также материал с общим представлением о предприятиях-партнерах (кадры с производств, основные специализации).

– Ролики о мероприятиях или репортажи телеканалов о кластере также необходимо загружать в видеоальбом





2.2. **Фотоальбомы** должны содержать:

– фотосессии обучающихся во время образовательного процесса в отремонтированных интерьерах базового колледжа, на новом оборудовании; а также в ходе практики на предприятиях (20–30 фотографий);

– фотоизображения предприятий-партнёров (по 5–10 кадров с каждого предприятия).

— по итогам проведения мероприятий необходимо создать фотоальбом в официальной группе на площадке социальной сети ВКонтакте

3. **Фирменный стиль ФП «Профессионалитет»**

Использование в соцсетях при оформлении афиш, стендов и фона для интервью фирменного стиля ФП «Профессионалитет» является обязательным атрибутом ведения соцсетей образовательных организаций – участников ФП «Профессионалитет» и должно соответствовать разработанному брендбуку [Профессионалитет_материалы — Яндекс Диск \(yandex.ru\)](#)

[ББ_Профессионалитет_июнь 2023_новые отрасли — Яндекс Диск \(yandex.ru\)](#)

Также для публикаций информационных сообщений в социальных сетях разработаны варианты шаблонов по отраслевому принципу:

<https://disk.yandex.ru/d/f9b3Xy0OW09uQA>

4. **Публикация информации на «стене»**

4.1. Ежедневно на стене социальной сети следует публиковать в будние дни от 1 до 5 постов, в т.ч. репостов (более 3 постов в день при наличии насыщенной информационной повестки).

4.2. При публикации постов использовать понятный язык, без канцеляризмов (ориентир на целевую аудиторию: студенты, абитуриенты, родители);





4.3. Для структурирования информации рекомендуется составлять ежемесячный контент-план, который будет учитывать план мероприятий образовательной организации, информацию о работе кластеров в рамках ФП, календарные праздники, а также различные еженедельные или ежемесячные рубрики.

Примеры рубрикаторов:

- «Мы в Профессионалитете»: о преимуществах обучения для студентов, о перезагрузке ОО, о новом оборудовании, практика на предприятии

- О жизни колледжа, например: обзор работы студентов в мастерских, достижения студентов, публикации о преподавателях, их опыте и навыках

- Участие в конкурсах и чемпионатах (как студентов, так и преподавателей)

- Познавательный, полезный контент, например: рецепт «торта» от студентов «поварское дело» или полезные советы для планирования отдыха от студентов кластера отрасли туризм и сфера услуг

- О предприятиях-партнерах (обзор деятельности предприятий, об основных преимуществах и перспективах развития)

- Развлекательный и интерактивный контент, например: поздравления, конкурсы, викторины, опросы, риалзы от амбассадоров Профессионалитета и т.д.

- «От первого лица». Запись коротких интервью студентов, преподавателей, руководства предприятий-партнеров о процессе обучения в кластерах «Профессионалитета».

- иные инфоповоды в части освещения образовательного процесса и студенческой жизни образовательной организации кластера ФП «Профессионалитет».

4.4. Рекомендуется по итогам проведения мероприятия публиковать информацию о нём не позднее 12:00 по местному времени следующего дня после окончания мероприятия.





4.5. Основные требования к репостам:

- репост должен отражать общую тематику по реализации федерального проекта «Профессионалитет» на территории Российской Федерации
- содержание репоста может включать общую информацию по отрасли / специализации / региону / о конкретном кластере; а также другие материалы, ссылка на которые предлагается по отдельному запросу;
- количественное соотношение собственного контента и репостов должно быть не более 3:1.

4.6. Хэштеги

Написание постов необходимо сопровождать официальными хештегами #Профессионалитет и отраслевыми хештегами:

#Атомнаяотрасль #Химическаяотрасль #Легкаяпромышленность
#Фармацевтическаяотрасль #Сельскоехозяйство #Металлургия
#Электроннаяпромышленность #Робототехника
#Железнодорожнаяотрасль #Радиоэлектроника
#Электротехническаяотрасль #Строительнаяотрасль #Горнодобывающая
#Топливоэнергетическийкомплекс
#Леснаяпромышленность #Машиностроение #Транспортнаяотрасль
#Информационныетехнологии #Педагогика
#Искусствоикреативнаяиндустрия
#СМИ #коммуникационныетехнологии #медицина #Туризм #сферауслуг
#Правоохранительнаясфера #управление





5. Качество контента

5.1. Для публикаций в социальных сетях подойдет как фото и видеосъемка на профессиональную технику, так и на мобильные телефоны. При этом важно обращать внимание на детали (наличие лишних предметов в кадре), красивый ракурс, освещение объектов, эстетику внешнего вида людей в кадре.

– Рекомендуется планировать фотосессии заранее, предупреждать о ней студентов и преподавателей.

– Предлагается снимать живые кадры: общение студентов с преподавателями, работа на новом оборудовании, досуг студентов в новых интерьерах.

5.2. Не рекомендуется использовать фото, пересланные друг другу в мессенджерах, так как теряется качество фотографий.

6. Публикация коротких видео: рилс, сторис

6.1. Рекомендуем публиковать короткие вертикальные видео об учебном процессе. Как правило, наибольшие охваты получают публикации, где в видеоролике присутствуют съемка креативных сюжетов, наличие юмора. Загружать рилсов (вертикальных видео) рекомендуется минимум 1 раз в месяц,

6.2. Выкладка сторис даёт возможность с помощью коротких видео, которые исчезают через 24 часа после публикации, показать «живые кадры» с мероприятий, учебных процессов. Такие видеоролики создают эффекты присутствия, вовлекают аудиторию.

7. Проведение прямых эфиров

Рекомендуется проводить прямые эфиры мероприятий кластеров, продолжительностью не менее 10 минут. Рекомендуется проводить прямые эфиры не более 1-2 раз в месяц.





СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ТЕЛЕГРАМ»

1. Основная информация

1.1. В названии канала в командной строке следует указывать «Профессионалитет» латиницей. В аватарке соцсети использовать собственный логотип / типовой логотип отрасли.

Пример оформления: [www.t.me/ussupk_professionalitet](https://t.me/ussupk_professionalitet).

В шапке профиля давать название образовательной организации без сокращений и аббревиатур, указывать отрасль.

1.2. Ссылка на телеграм-канал ФП «Профессионалитет» (https://t.me/s/FP_professionalitet) является обязательной.

2. Публикация постов

2.1. Количество публикаций в день, включая репосты, должно быть от 1 до 3 в зависимости от насыщенности информационной повестки.

Количественное соотношение собственного контента и репостов должно быть не более 3:1.

2.2. Требования к тексту постов и репостов:

- понятный язык без канцеляризмов;
- наличие абзацев между смысловыми блоками и их выделение дополнительным отступом друг от друга;
- использование «эмодзи». Их количество зависит от объема текста, но без перебора (!);
- рекомендуем публиковать небольшие тексты, состоящие из коротких предложений, не более 2-х – 3-х абзацев.

2.3. Публикация фотографий

Для публикации постов в телеграм достаточно одной фотографии к тексту, если необходимо показать кадры с мероприятий в формате репортажа, допускается до 8 фотографий. Если необходимо предоставить полный обзор мероприятия, можно прикрепить активную ссылку на фотоальбом в «Вконтакте».





2.4. Публикация видео

При выкладывании поста с видео необходимо сжимать файл (максимум до 60 Мб). В описании обязательно предоставлять сопровождающий текст.

Публикации видео в кружочке выкладываются минимум 1 раз в неделю и не более 1–2 раз в день. Видео может содержать сообщение от студента, как он проводит экскурсию по мастерским; обращение преподавателя; отзыв студента о практике на предприятии и т.д.

2.4.1. Оформление текста, активных ссылок

В тексте публикаций в телеграм-канале рекомендовано выделять акценты жирным шрифтом, цитаты курсивом. При упоминании в публикации официального лица организации партнера или ФП «Профессионалитет» рекомендовано давать на такие страницы активную ссылку.

Для данного действия выделяется фрагмент текста, появляется возможность выбрать необходимое форматирование.





Каналы продвижения социальных сетей образовательных организаций – участников ФП «Профессионалитет»

Доля подписчиков сообщества образовательного учреждения «ВКонтакте» должна быть не менее 50% от численности студентов кластера, а «Телеграм» – не менее 10%. Для достижения данных показателей рекомендуется:

1. Создание информационного сообщения с ссылками на соцсети кластера с дальнейшей рассылкой по чатам группы/родителей/преподавателей и др.
2. Афиша на информационных стендах с QR-кодами, предлагающими переход на социальные сети образовательной организации и ФП «Профессионалитет»
3. На общих собраниях, встречах с родителями и других мероприятиях призывать присоединиться к социальным сетям федерального проекта и образовательным организациям.
4. Организовать перекрёстные публикации в социальных сетях города / муниципалитета с рекламой социальных сетей кластера: репосты между группами. Репосты публикаций на личные страницы студентов, преподавателей делать только по личному желанию владельцев социальных сетей.
5. Приглашать хотя бы раз в квартал местное телевидение для съёмок репортажей о работе кластеров, интересные инфоповоды направлять в РОИВ, министерства и т.д. Приветствуется сотрудничество с журналистами местных изданий. В рамках таких публикаций также следует упоминать социальные сети кластера и, по возможности, предлагать на них ссылки или QR-коды.

Информационная кампания запускается после наполнения соответствующим контентом социальных сетей «ВКонтакте» и «Телеграм».
Институт развития профессионального образования

Требования к наполнению контента,

Ведению и продвижению социальных сетей

Кластеров ФП «Профессионалитет»

Методические рекомендации

