Бюджетное учреждение культуры города Омска

«Омские муниципальные библиотеки» (БУК г. Омска «ОМБ»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор БУК г. Омска «ОМБ»

_____ Н.Л. Дрозд

28 декабря 2020

«PRO-сети»
Информационно-просветительский проект
на 2021–2022 годы

Омск – 2020

Наименование проекта	PRO-сети
Организатор проекта	Отдел информационной деятельности Центральной городской библиотеки
Сроки реализации проекта	01.01.2021–30.12.2022
Краткая аннотация	SMM (англ. Social media marketing, SMM) – это комплекс действий, необходимых для продвижения различных продуктов и услуг в социальных сетях. Информационно-просветительскй курс разработан для молодых активных омичей, заинтересованных в развитии своего дела, в постоянном расширении клиентской базы, а так же для работников сферы культуры, которые планируют создание, ведение и продвижение сообществ различных учреждений культуры в социальных сетях, с целью популяризации их деятельности и формирования позитивного имиджа в обществе. Слушатели курса познакомятся с платными и бесплатными способами продвижения информации в социальных сетях, основными понятиями SMM, научатся правильно оформлять сообщество и работать с ним. Обучение слушателей в 2021 и 2022 годах планируется как в очном формате в группах по 3-6 человек, так и онлайн, в формате видеолекций.
Менеджер проекта	Чернышова Елена Александровна, библиограф 1 категории отдела информационной деятельности Центральной городской библиотеки
Описание проблемы, актуальность	Социальные сети в XXI веке стали неотъемлемой частью жизни современного человека. Число их активных пользователей ежегодно растет в

	геометрической прогрессии. Сегодня это уже не просто социальный фотоальбом, где люди общаются и делятся моментами своей жизни, это полноценный бизнес-инструмент, который позволяет в короткие сроки сформировать как личный бренд, так и бренд организации, что в свою очередь влияет на имидж, узнаваемость и лояльность пользователей. Человек, обладающий знаниями о ведении и продвижении сообществ в социальных сетях необходим любой организации, которой важно быть в контакте со своими потребителями/пользователями. На формирование необходимой информационной базы самостоятельно уходит большое количество времени. Кроме того, применяя те или иные приемы, описанные в интернете, можно столкнуться с проблемой их неактуальности и как следствие неэффективности. Это связано с тем, что социальные сети очень быстро меняются как с технической стороны, так и с точки зрения трендов.
Цель проекта	Популяризация знаний для создания, ведения и продвижения сообществ в социальных сетях.
Задачи проекта	1. Формирование у слушателей курса информационной базы по созданию и продвижению сообществ в социальных сетях. 2. Распространение актуальной информации о последних трендах в работе социальными сетями. 3. Информационная поддержка в работе с сообществами в социальных сетях на начальных этапах продвижения. 4. Повышение правовой осведомленности граждан при работе в социальных сетях. 5. Содействие сотрудникам омских муниципальных библиотек в освоении технологий продвижения библиотечно-информационных продуктов и услуг в социальных сетях.
Целевая аудитория	Омичи 14–35 лет, которые планируют создание и

	продвижение сообществ в социальных сетях.
Краткое описание проекта (тематика, основные этапы, длительность, количество часов, количество групп, количество обучаемых в группах, общее количество обученных в рамках проекта, основные базовые навыки, которые получат участники проекта)	Основное содержание проекта заключается в последовательном, поэтапном обучении целевой аудитории основам SMM, включающим стратегии, инструменты и тренды в области интернет-маркетинга. Занятия позволяют слушателям курса с пользой проводить свободное время, дают возможность расширить круг общения, помогают разобраться в том, с чего следует начинать развитие бренда в социальных сетях и как сформировать лояльность пользователей. Ежегодная реализация проекта состоит из 3-х этапов: «Подготовительный», «Основной» и «Заключительный». На подготовительном этапе формируется/корректируется программа обучения, создаются необходимые для образовательного процесса материалы (презентации для очного формата обучения, видеолекции для онлайн-формата и google-формы опросов для слушателей), формируются группы слушателей, создаются онлайн-чаты для общения каждой группы слушателей и распространяется информация о начале реализации проекта. Основной этап включает: • опрос слушателей об ожиданиях от курса и текущем уровне знаний в сфере SMM; • проведение лекций в очном или онлайн-формате; • организация общения и консультации слушателей в чате в социальной сети ВКонтакте; • вручение сертификатов слушателям очного курса и их публикация в чате слушателям

	онлайн-версии курса; • индивидуальные очные консультации по работе в социальных сетях (по запросу слушателя); • проведение отрытых лекций для омичей в очном формате; • проведение вебинаров; • размещение в СМК информация о ходе реализации проекта. Программа курса «PRO-Сети» включает следующие темы: 1. «Введение в профессию»: • SMM-специалист: обязанности, ключевые навыки, востребованность; • особенности различных интернет-площадок: отличие ведущих социальные сетей, популярных в России, друг от друга; • интересы пользователей и специфика поведения аудитории в различных социальных сетях: «Одноклассники», «ВКонтакте», «Instagram»; • изменения, произошедшие с социальными сетями за последние 5 лет; • влияние пандемии COVID-19 на организацию и ведение онлайн-деятельности. 2. «SMM-стратегия»: • определение целевой аудитории; • выбор площадок; • создание сообщества в «ВКонтакте»: ключевые моменты, на которые необходимо обратить внимание; • создание бизнес-аккаунта в «Instagram»: самые распространенные ошибки начинающих специалистов; • SMM-стратегия: как должна выглядеть и в чем необходимость ее составления. 3. «Контент»: • важность комбинирования разных видов контента; • уникальное торговое предложение: формулы для составления;

- контент-план: самые удобные форматы;
- бесплатные способы продвижения через контент;
- контент-тренды во «ВКонтакте» и «Instagram».

4. «Продвижение и реклама»:
   - формирование лояльности у подписчиков;
   - разработка стиля общения с клиентами;
   - позитивные отзывы: способы мотивации людей;
   - негативные отзывы: правильная реакция, как сделать соответствующие выводы;
   - набор первой аудитории, нежелательная закупка рекламы на нулевой аккаунт;
   - таргетированная реклама: суть, преимущества и самые распространенные ошибки;
   - работа с рекламным кабинетом «ВКонтакте»;
   - стоимость полноценной рекламной кампании: как рассчитать бюджет.

5. «Аналитика»:
   - ключевые методы аналитики работы сообществ в социальных сетях;
   - анализ проведенной рекламной кампании;
   - форма отчета о работе SMM-специалиста.

Предусмотрена возможность проведения очных индивидуальных консультаций при официальном запросе от слушателя, но не более двух для одного человека.

Очная форма обучения предполагает проведение 2 занятий в неделю. Количество слушателей, обучающихся единовременно, не более 6 человек. Продолжительность одного занятия – 2 академических часа (90 минут). Общее количество часов – 10 (5 занятий).

Онлайн-форма обучения предполагает ежедневное

	размещение 5 записанных видео-лекций в специально созданном чате в социальной сети ВКонтакте. Там же в режиме реального времени происходит общение со слушателями по возникающим у них вопросам. Количество слушателей, обучающихся единовременно, не более 20 человек. Продолжительность одной видео-лекции составляет от 40 до 60 минут. Работа с чатом ведется только в рабочие часы: с 9:00 до 18:00 по омскому времени. На заключительном этапе оформляется отчет о реализации проекта и производится размещение его итогов в СМК. Прошедшие обучение слушатели могут: 1. создавать сообщества стратегически правильно настроенные для продвижения; 2. готовить и размещать интересный контент: писать разные виды текстов для социальных сетей, создавать фото- и видео наполнение группы; 3. понимать механизм продвижения групп: использовать разные пути продвижения своего бренда на различных социальных площадках, грамотно применять таргетированную рекламу; 4. разрабатывать и реализовывать рекламную стратегию, продвигать свой бренд в социальных сетях, увеличивать лояльность аудитории; 5. общаться с аудиторией: стратегически правильно давать обратную связь, увеличивать активность вовлекающим контентом.
Мультипликативность и дальнейшая реализация проекта	Реализация проекта содействует развитию позитивного имиджа муниципальной библиотеки в интернете, привлечению молодёжи, популяризации чтения и информационных продуктов библиотеки. Дальнейшая реализация проекта предусматривает расширение аудитории слушателей и актуализацию предлагаемой им информации.
Партнеры проекта	Администрация Ленинского административного

	округа города Омска; Омская городская молодёжная общественная организация «Молодёжный совет» БОУ г. Омска «Омский молодёжный многофункциональный центр»
Результаты проекта (качественные/количественные)	Качественные: • четкое понимание как стратегически правильно настроить сообщество уже на этапе его создания; • формирование навыка создания и размещения разных типов контента для стабильной активности в сообществе; • знание ключевых механизмов продвижения сообщества, формирования лояльности пользователей; • улучшение навыков работы с аудиторией онлайн; • наличие положительных отзывов партнёров проекта и участников образовательного процесса. Количественные: • обучение не менее 60 участников проекта – получателей услуг в течение года (120 участников проекта в течение 2021–2022 года); • проведение не менее 30 индивидуальных консультаций по работе в социальных сетях в течение года (60 индивидуальных консультаций в течение 2021–2022 года); • проведение не менее двух очных лекций и двух вебинаров о последних трендах и изменениях в сфере работы в социальных сетях в течение 2021 и 2022 года.
Информационное сопровождение проекта	Информация о ходе реализации проекта будет размещена:

	• в сети Интернет: на официальном портале Администрации города Омска, сайте омских муниципальных библиотек, других омских новостных порталах, в группе «Библиотека на бульваре | Омск» в социальных сетях «Вконтакте» и «Одноклассники»; • в газете «Вечерний Омск»; • на информационных стендах в 41 омской муниципальной библиотеке; • в информационных листовках и буклетах о деятельности Центральной городской библиотеки.
Методы оценки результатов проекта	Для оценки результатов используются следующие методы: • опрос целевой группы до участия в проекте; • индивидуальные беседы с обучающимися в течение всего периода реализации проекта; • систематическое наблюдение; • анализ отзывов в «Гостевой книге» на сайте БУК г. Омска «ОМБ» lib.omsk.ru; • анализ отзывов в сообществе Центральной городской библиотеки «Библиотека на бульваре | Омск» в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники».

Календарный план реализации проекта на 2021 год

Мероприятие	Сроки (дд.мм.гг)	Ожидаемые результаты
1. Подготовительный этап		
Редактирование и актуализация лекционных материалов	11.01 – 22.01.2021	5 обновленных лекций
Съемка и монтаж обновленных видеолекций, включая разработку	25.01 – 5.02.2021	5 видеолекций в

общего дизайна (обложка, инфоблок).		формате MP4
Формирование группы обучающихся	01.02 – 12.02.2021	1 группа 2021 года
Распространение информации о начале реализации проекта	01.02 – 12.02.2021	Размещение в новостных лентах местных СМК, на сайте БУК г. Омска «ОМБ», в группе «Библиотека на бульваре | Омск» в социальных сетях «Вконтакте» и «Одноклассники»
2. Основной этап		
Обучение целевой аудитории дважды в неделю (анкетирование, проведение занятий, вручение сертификатов)	08.02–30.12.2021	Общее количество обученных в рамках проекта – не менее 60 человек
Индивидуальное консультирование слушателей курса по работе в социальных сетях	15.02–30.12.2021	Не менее 30 консультаций
Повышение квалификации менеджера проекта	1.03–31.05.2021	Прохождение минимум одного курса или онлайн-треннинга по SMM; просмотр минимум 10 бесплатных вебинаров от ведущих SMM-специалистов по работе в социальных сетях

Размещение в СМК информации о ходе реализации проекта	8.02–17.12.2021	Не менее 10 сообщений

3. Заключительный этап

Размещение в СМК информации об итогах реализации проекта	13.12–17.12.2021	Привлечение к проекту СМК, информирование омичей об итогах реализации проекта
Оформление отчета о реализации проекта	17.12–24.12.2021	Сформированный пакет документов по итогам реализации проекта

Календарный план реализации проекта на 2022 год

Мероприятие	Сроки (дд.мм.гг)	Ожидаемые результаты
1. Подготовительный этап		
Редактирование и актуализация лекционных материалов	11.01 – 21.01.2022	5 обновленных лекций
Съемка и монтаж обновленных видеолекций, включая разработку общего дизайна (обложка, инфоблок).	24.01 – 11.02.2022	5 видеолекций в формате MP4
Подготовка открытой лекции для омичей о ключевых трендах в SMM	4.02 – 11.02.2022	Лекция и презентация о о ключевых трендах в SMM
Проведение открытой лекции для омичей о ключевых трендах в SMM, анонс старта курса-2022	14.02.2022	Посещение лекции не менее 15 омичей
Формирование групп обучающихся	14.02 – 25.02.2022	Не менее 1 группы слушателей
Распространение информации о начале реализации проекта	14.02 – 25.02.2022	Размещение в новостных лентах местных СМК, на сайте БУК г. Омска «ОМБ», в группе «Библиотека на бульваре | Омск» в социальных сетях «Вконтакте» и «Одноклассники»
2. Основной этап		
Обучение целевой аудитории дважды в неделю (анкетирование, проведение занятий, вручение	28.02–30.12.2022	Общее количество обученных в рамках проекта – не менее 60

сертификатов)		человек
Индивидуальное консультирование слушателей курса по работе в социальных сетях	28.02–30.12.2022	Не менее 30 консультаций
Повышение квалификации	28.02–30.12.2022	Просмотр минимум 10 вебинаров от ведущих SMM-специалистов по работе в социальных сетях
Размещение в СМК информации о ходе реализации проекта	8.02–17.12.2022	Не менее 10 сообщений

3. Заключительный этап

Размещение в СМК информации об итогах реализации проекта	13.12–17.12.2022	Привлечение к проекту СМК, информирование омичей об итогах реализации проекта
Оформление отчета о реализации проекта	17.12–22.12.2022	Сформированный пакет документов по итогам реализации проекта

Темы занятий

№ занятия	Тема	Ключевые вопросы темы
1.	«Введение в профессию»	• SMM-специалист: обязанности, ключевые навыки, востребованность; • особенности различных интернет-площадок: отличие ведущих социальные сетей, популярных в России, друг от друга; • интересы пользователей и специфика поведения аудитории в различных социальных сетях: «Одноклассники», «ВКонтакте», «Instagram»;

		• изменения, произошедшие с социальными сетями за последние 5 лет; • влияние пандемии COVID-19 на организацию и ведение онлайн-деятельности.
2.	«SMM-стратегия»	• определение целевой аудитории; • выбор площадок; • создание сообщества в «ВКонтакте»: ключевые моменты, на которые необходимо обратить внимание; • создание бизнес-аккаунта в «Instagram»: самые распространенные ошибки начинающих специалистов; • SMM-стратегия: как должна выглядеть и в чем необходимость ее составления.
3.	«Контент»	• важность комбинирования разных видов контента; • уникальное торговое предложение: формулы для составления; • контент-план: самые удобные форматы; • бесплатные способы продвижения через контент; • контент-тренды во «ВКонтакте» и «Instagram».
4.	«Продвижение и реклама»	• формирование лояльности у подписчиков; • разработка стиля общения с клиентами; • позитивные отзывы: способы мотивации людей; • негативные отзывы: правильная реакция, как сделать соответствующие выводы; • набор первой аудитории, нежелательная закупка рекламы на нулевой аккаунт; • таргетированная реклама: суть, преимущества и самые распространенные ошибки; • работа с рекламным кабинетом «ВКонтакте»; • стоимость полноценной рекламной кампании: как рассчитать бюджет.
5.	«Аналитика»	• ключевые методы аналитики работы сообществ в социальных сетях;

		• анализ проведенной рекламной кампании; • форма отчета о работе SMM-специалиста.