

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

*по работе студенческих
медиа-сообществ СПО*



Приветственное слово руководителя проекта

Уважаемые коллеги,
дорогие друзья!

Рад приветствовать вас на страницах методического сборника, посвящённого важной теме – развитию студенческих медиа-сообществ в учреждениях среднего профессионального образования.



Сегодня, тема студенческих медиа приобретает особую значимость, ведь именно они оказывают значительное влияние на информационную и просветительскую составляющую образовательного процесса.

Этот сборник призван стать практическим руководством для формирования грамотной работы студенческих медиа-сообществ образовательных организаций.

Желаю вам приятного чтения, продуктивной работы и уверенности в собственных силах. Пусть этот сборник станет отправной точкой для новых свершений и воплощенных мечтаний!

С уважением, Евгений Александрович Евдокимов,
Исполнительный директор
АНО Центр содействия активной молодежи «Единение».

Здравствуй, дорогой читатель!

Данные методические рекомендации по работе студенческих медиа-сообществ организаций среднего профессионального образования раскрывают основные понятия, принципы построения и функционирования студенческих медиа-сообществ ссузов Российской Федерации, описывают их примерную структуру, механику сопровождения и контент план для эффективной работы.

Методические рекомендации адресованы руководителям, заместителям директоров по воспитательной работе, советникам директоров по воспитанию, педагогам-организаторам, специалистам по воспитанию, кураторам медиа-центров, пресс-центров, студенческих медиа-сообществ образовательных организаций.

Основанием для создания данных методических рекомендаций стал практический опыт участников регионального форума по развитию студенческих медиа-сообществ «ПООзнавай тренды», который они отразили в рамках стратегических сессий.

Форум был реализован как флагманское событие АНО Центр содействия активной молодежи «Единение» при поддержке Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодёжь).



ГОО знавай
тренды

создано с
росмолодёжь
гранты

ЭТА КНИГА ПРИНАДЛЕЖИТ

ЕСЛИ ВДРУГ ЭТА КНИГА ПОТЕРЯЕТСЯ,
ТО СО МНОЙ МОЖНО СВЯЗАТЬСЯ ПО НОМЕРУ

Я ЖИВУ В

Я УЧУСЬ В

Место для заметок



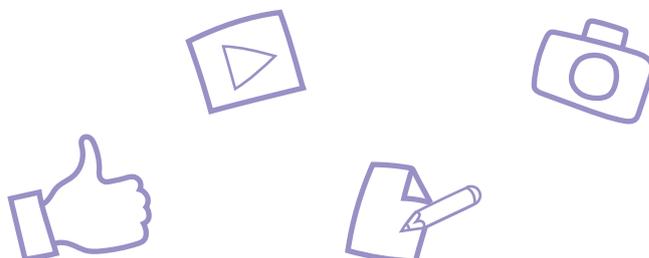
ЕДИНЕНИЕ
центр содействия активной молодежи

Актуальность развития сферы студенческих медиа-сообществ СПО

В современном мире все большее внимание уделяется всестороннему развитию человеческого капитала. Образование как формальное, так и неформальное, выступает одним из основных компонентов в этом процессе. В связи с этим органы власти и образовательные организации уделяют большое внимание развитию надпрофессиональных компетенций студентов, одним из самых эффективных инструментов которого является вовлечение студентов в деятельность студенческого самоуправления, в том числе в деятельность студенческий медиа-сообществ.

Студенческие медиа становятся эффективным инструментом распространения актуальной информации среди студентов, преподавателей и широкой общественности. Они способствуют оперативному информированию о мероприятиях, событиях и новостях образовательного учреждения, обеспечивая прозрачность деятельности и повышая уровень вовлеченности участников учебного процесса.

Участие в создании медиа-контента способствует формированию у студентов важных профессиональных навыков, таких как журналистика, редактирование, работа с информационными технологиями и социальными сетями. Это помогает подготовить специалистов, готовых эффективно функционировать в современных условиях информационного общества.

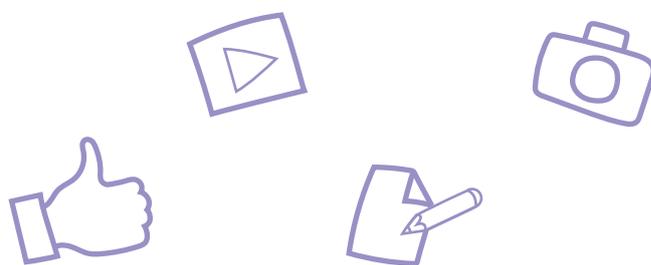


Медиа-сообщества играют важную роль в воспитании активной гражданской позиции среди молодежи.

Через освещение социальных проблем, участие в общественных дискуссиях и привлечение внимания к важным вопросам студенты приобретают опыт конструктивного взаимодействия с обществом и властью.

Таким образом, развитие студенческих медиа-сообществ является необходимым условием успешного функционирования системы среднего профессионального образования, способствующим повышению качества подготовки специалистов и интеграции молодых кадров в современное общество.

ГОО знавай
тренды



Цель методических рекомендаций:

Оказание помощи педагогическим работникам в выработке решений, касающихся организации и сопровождения деятельности студенческих медиа-сообществ в организации среднего профессионального образования в условиях реализации Программы воспитания.

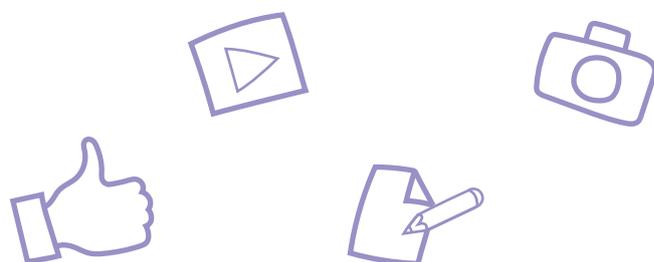
Задачи:

- Оказание помощи специалистам, занимающимся вопросами организации деятельности студенческих медиа-сообществ в образовательных организациях СПО, в организации деятельности системы воспитательной работы и развитии обучающихся, формировании у них ценностных ориентаций на основе базовых общенациональных российских ценностей и духовно-нравственных ценностей народов России, формировании и развитии личностных отношений к этим нормам, ценностям, традициям (их освоение, принятие).
- Оказание помощи специалистам по воспитательной работе в создании эффективной системы деятельности органов студенческого самоуправления как ресурса воспитательной работы со студентами образовательной организации, обеспечивающей социализацию обучающихся и развитие их социальной активности.
- Повышение уровня профессионального мастерства специалистов по воспитательной работе образовательных организаций в поддержке деятельности органов студенческого самоуправления.

Методические рекомендации состоят из разделов, раскрывающих специфику принципов развития студенческих медиа-сообществ.

Методические рекомендации адресованы руководителям, заместителям директоров по воспитательной работе, советникам директоров по воспитанию, педагогам-организаторам, специалистам по воспитанию, кураторам медиа-центров, пресс-центров, студенческих медиа-сообществ образовательных организаций.

Основанием для создания данных методических рекомендаций стал практический опыт участников регионального форума по развитию студенческих медиа-сообществ «ПООзнавай тренды», который они отразили в рамках стратегических сессий. Форум был реализован как флагманское событие АНО Центр содействия активной молодежи «Единение» при поддержке Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодёжь).



Проблемные зоны студенческих медиа-сообществ СПО

Медиа-сфера среднего профессионального образования в последние годы активно развивается. При этом в ней по-прежнему существует ряд проблемных зон, требующих первостепенного решения.

Студенты выявляют следующий ряд проблем студенческих медиа-сообществ, определяя их наиболее значимыми.

Большинство студентов СПО выделяют проблемы взаимодействия медиа-центров на территории Курской области.

Колледжи не проводят совместные мероприятия для обмена опытом и полезными практиками работы медиа-сообществ, что приводит к недостаточному развитию медиа-образования, как на региональном, так и на федеральном уровне.

Важным фактором развития сообществ является заинтересованность студентов в медиа-сфере. Несмотря на широкое использование соц.сетей и мобильных приложений, многие учащиеся проявляют пассивность и низкую активность в создании собственного контента, участии в медийных проектах и работе над информационными кампаниями.

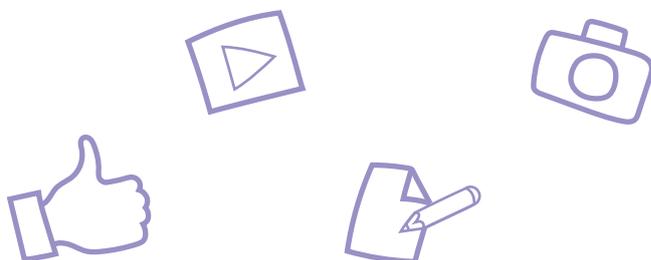
Привлечение активных и заинтересованных участников становится серьезной проблемой. Высокая конкуренция среди молодежных медиа-проектов и нехватка понимания преимуществ участия приводят к низкой вовлеченности молодых людей в деятельность медиа-сообществ.

Ограниченность финансовых ресурсов также является распространённой проблемой студенческих медиа-сообществ. Медиа-центры СПО чаще всего функционируют на бюджетной основе и сильно зависят от внутренней политики образовательного учреждения. Небольшие бюджеты препятствуют развитию инфраструктуры, покупке современного оборудования и созданию качественных информационных продуктов.

Исходя из этого, существует проблема отсутствия качественной технической базы. Устаревшее техническое оснащение (компьютеры, камеры, звукозаписывающее оборудование) серьезно осложняет процесс создания интересного и конкурентоспособного контента. Зачастую отсутствуют условия для видеопроизводства, монтажа и публикации мультимедийных материалов.

Существует риск потери интереса у целевой аудитории сообществ. представляет собой серьезную проблему, которую важно своевременно распознать и предотвратить. Понимание причин возникновения такого риска позволяет разработать эффективные меры для поддержания активного взаимодействия и удержания внимания пользователей.

Эти проблемы требуют совместных усилий администрации профессиональных образовательных организаций, общественных организаций и самих студентов для улучшения ситуации и достижения устойчивого развития студенческих медиа-сообществ. Важно создание благоприятных условий для творческой самореализации студентов, предоставления возможности приобретения ими полезных компетенций и навыков для будущей карьеры.

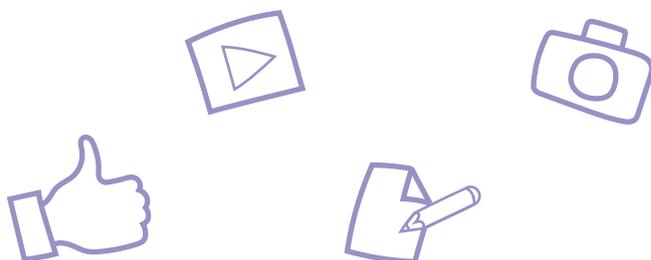


Определение студенческого медиа-сообщества

Понятие «студенческое медиа-сообщество» можно проанализировать с позиции различных участников, включенных в организацию данного вида деятельности: студентов, преподавательский состав и администрация организации СПО, государственные структуры, реализующие молодежную политику.

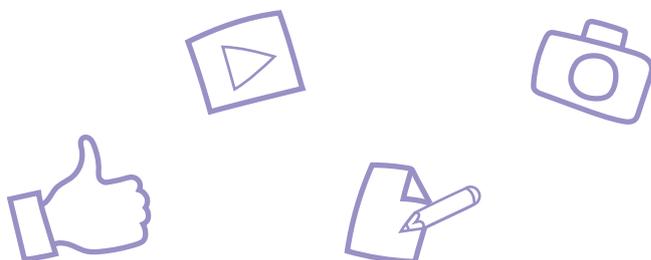
С позиции студенческого сообщества студенческое медиа-сообщество – это особая площадка, объединяющая студентов вокруг общей цели формирования собственной идентичности, выражения идей и взглядов, а также выработки уникальных ценностей и смыслов. Оно служит своеобразным инструментом коммуникации и социализации, предоставляя молодым людям пространство для самовыражения и личностного роста.

С точки зрения педагогического коллектива студенческое медиа-сообщество – это важный инструмент в образовательном процессе, платформа для воспитания и развития личности студента, формирования его профессиональных качеств и культурных ориентиров. Такое сообщество обладает рядом существенных функций и преимуществ, позволяющих педагогическому составу эффективно взаимодействовать с молодыми людьми и решать задачи учебно-воспитательной работы.



С точки зрения государственных структур, занимающихся реализацией молодежной политики, студенческое медиа-сообщество представляет собой важный инструмент влияния и формирования общественного мнения среди молодого поколения. Оно служит каналом коммуникации между государством и студентами, позволяя активно вовлекать молодежь в процессы гражданского участия и общественной жизни страны.

Учитывая вышеупомянутое, можно судить о том, что студенческое медиа-сообщество – многогранное понятие, которое отражает деятельность студенческих медиа-центров с разных сторон со всеми преимуществами и недостатками, возможностями и рисками. В деятельности студенческих медиа-сообществ организаций среднего профессионального образования важно находить правильные подходы, учитывающие специфику воспитательного процесса в профессиональных образовательных организациях и современные тенденции развития медиа-образования в России. Студенты СПО в силу прикладного характера получаемых знаний имеют ориентирование на конкретные действия, но при этом не всегда обладают необходимым уровнем знаний и самостоятельности в медиа-сфере вследствие недостаточности опыта и понимания деятельности пресс-центров (медиа-центров) в целом. Сопровождение студентов в выработке различных компетенций, в том числе в сфере медиа – главная задача наставников и преподавателей организаций СПО.



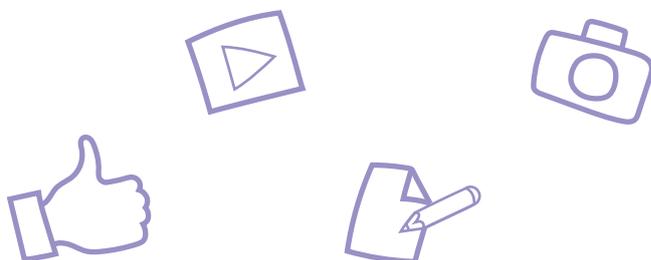
Функции, цели и задачи студенческих медиа-сообществ

Исходя из сформулированного определения понятия студенческого медиа-сообщества можно выделить главную цель деятельности – предоставление оперативной и точной информации студентам, педагогическому коллективу и обществу о происходящих событиях, достижениях и нововведениях в образовательном учреждении. Благодаря этому достигается повышение уровня осведомленности и вовлечённости всех участников образовательного процесса, а также развитию личных и профессиональных качеств обучающихся, а также в поддержании идеологических установок, направленных на укрепление духовно-нравственных основ личности и гражданского самосознания молодёжи.

Данная цель определяет основные задачи, которые ставят перед собой студенческие медиа-сообщества профессиональных образовательных организаций:

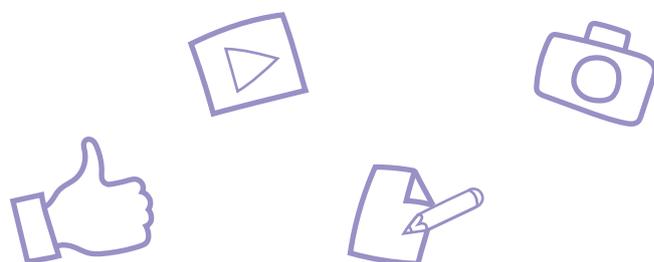
- Информирование студентов, педагогов и других участников образовательного процесса о различной деятельности профессиональной образовательной организации;
- Предоставление студентам СПО возможности развития своих профессиональных и надпрофессиональных навыков и получения практического опыта в сфере медиа;
- Привлечение студентов учебных заведений к активной общественной деятельности;

- Организация мероприятий внутри и вне учебного заведения (пресс-конференции, онлайн акции, пресс-релизы и т.д.);
- Формирование индивидуальной корпоративной культуры образовательной организации;
- Распространение социально и профессионально значимой для студентов информации;
- Способствует развитию творческих способностей, приобретению навыков ведения дискуссий, написанию статей, организации публичных выступлений и проведению исследований;
- Позволяет участникам выразить свои взгляды и идеи публично, влияя на формирование общественного мнения и восприятие окружающей действительности;
- Освещение актуальных проблем - подача интересной и важной информации о различных вопросах колледжа и общества в целом;
- Популяризация деятельности учебного заведения.



Задачи студенческих медиа-сообществ СПО определяют его основные функции, равнозначные по своей важности для проведения воспитательного и образовательного процессов:

- 1** создание и поддержка комфортных условий образовательного и воспитательного процесса в учебном заведении. Целью организации СПО является формирование развитой личности, умело разбирающейся в своей профессиональной области. Задача самоуправляемых структур создать для этого самые благоприятные и эффективные условия.
- 2** Организация оперативного освещения событий, происходящих в колледже или техникуме, предоставление актуальной информации о нововведениях, изменениях в расписании занятий, проведении мероприятий и другой важной информации.
- 3** Повышение общего уровня знаний студентов путём публикации интересных фактов, исторических сведений, научных достижений и просветительского контента.
- 4** Представляет учреждение СПО в положительном свете, привлекает внимание к нему потенциальных абитуриентов, работодателей и партнёров. Распространяют положительные отзывы и демонстрируют успешные примеры выпускников.



В образовательных организациях активно используются различные формы работы студенческих медиа-сообществ.

Основные формы работы:

1. Интернет-ресурсы

Создание и ведение официальных сайтов учебных заведений, блогов, тематических порталов и страниц в социальных сетях позволяет оперативно распространять информацию и поддерживать обратную связь с аудиторией.

2. Пресс-центры и пресс-службы

Подготовка материалов для СМИ, организация встреч журналистов с руководителями и специалистами ссузов, проведение пресс-конференций, брифингов, семинаров и мастер-классов

3. Видеография

Производство видеоматериалов — документальных фильмов, сюжетов, обзоров мероприятий, творческих конкурсов, спортивных соревнований и праздников.

4. Издание печатных материалов

Студенты участвуют в выпуске газет, журналов и бюллетеней. Такие издания включают аналитические материалы, интервью, репортажи, творческие произведения обучающихся и педагогов.

5. Социальное проектирование

Развитие студенческих инициатив, реализация социально значимых проектов, связанных с медиа-сферой.

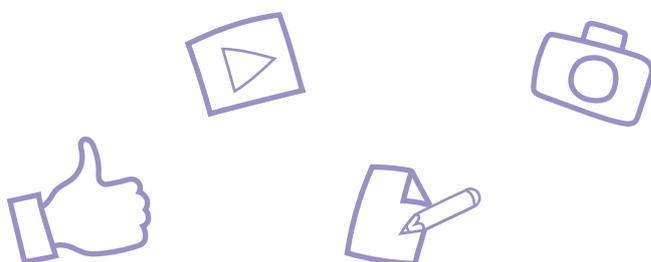
6. Образовательная деятельность

Освещение результатов научно-исследовательской деятельности студентов, содействие развитию профессиональной компетентности путем участия в конференциях, конкурсах, олимпиадах и грантах.

7. Имиджевые акции

Публикация позитивных историй успеха выпускников, примеров лучших практик и достижений коллектива, формирование положительного имиджа колледжа или техникума.

Эти формы помогают развивать профессиональные компетенции студентов, формировать у них активную жизненную позицию и способствовать успешному профессиональному становлению будущих специалистов.

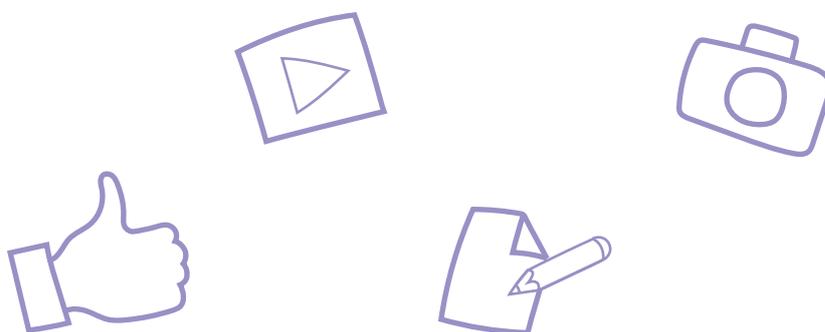


Структура студенческого медиа-сообщества в организациях СПО

В структуре студенческого медиа-сообщества можно выделить различные подразделения, каждое из которых отвечает за решение определенного спектра вопросов. Основные формы подразделений студенческого медиа-сообщества – это:

- Источником власти в студенческом самоуправлении, в том числе в медиа-сообществе выступают сами студенты.
- Студенты профессиональных образовательных организаций определяют несколько наиболее эффективных структур студенческого медиа-сообщества.

создано с
росмолодёжь
гранты



Структура студенческого медиа-сообщества в организациях СПО

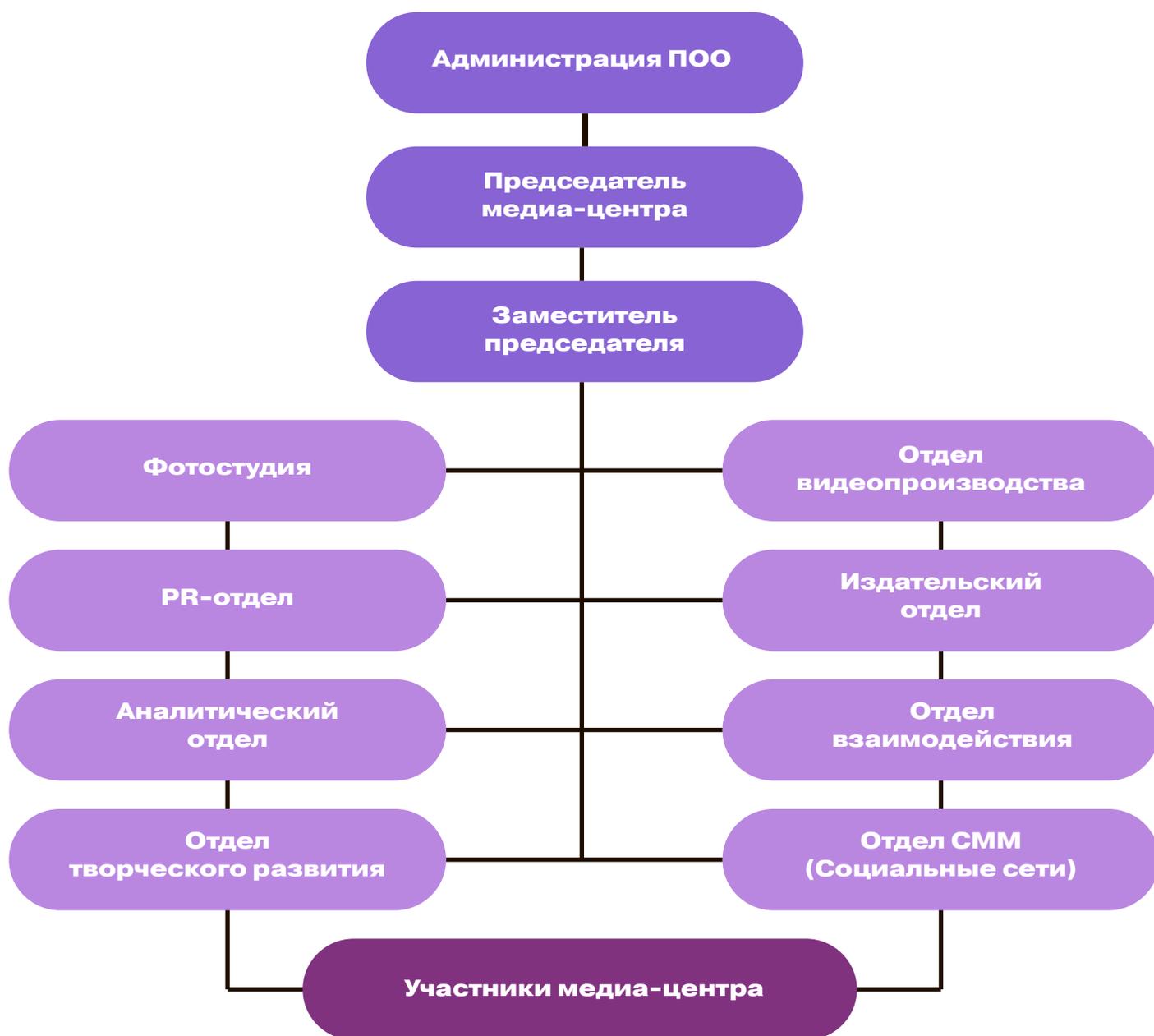


Рисунок 1 – Вертикальная структура студенческого медиа-центра в организации СПО

Структура студенческого медиа-сообщества в организациях СПО

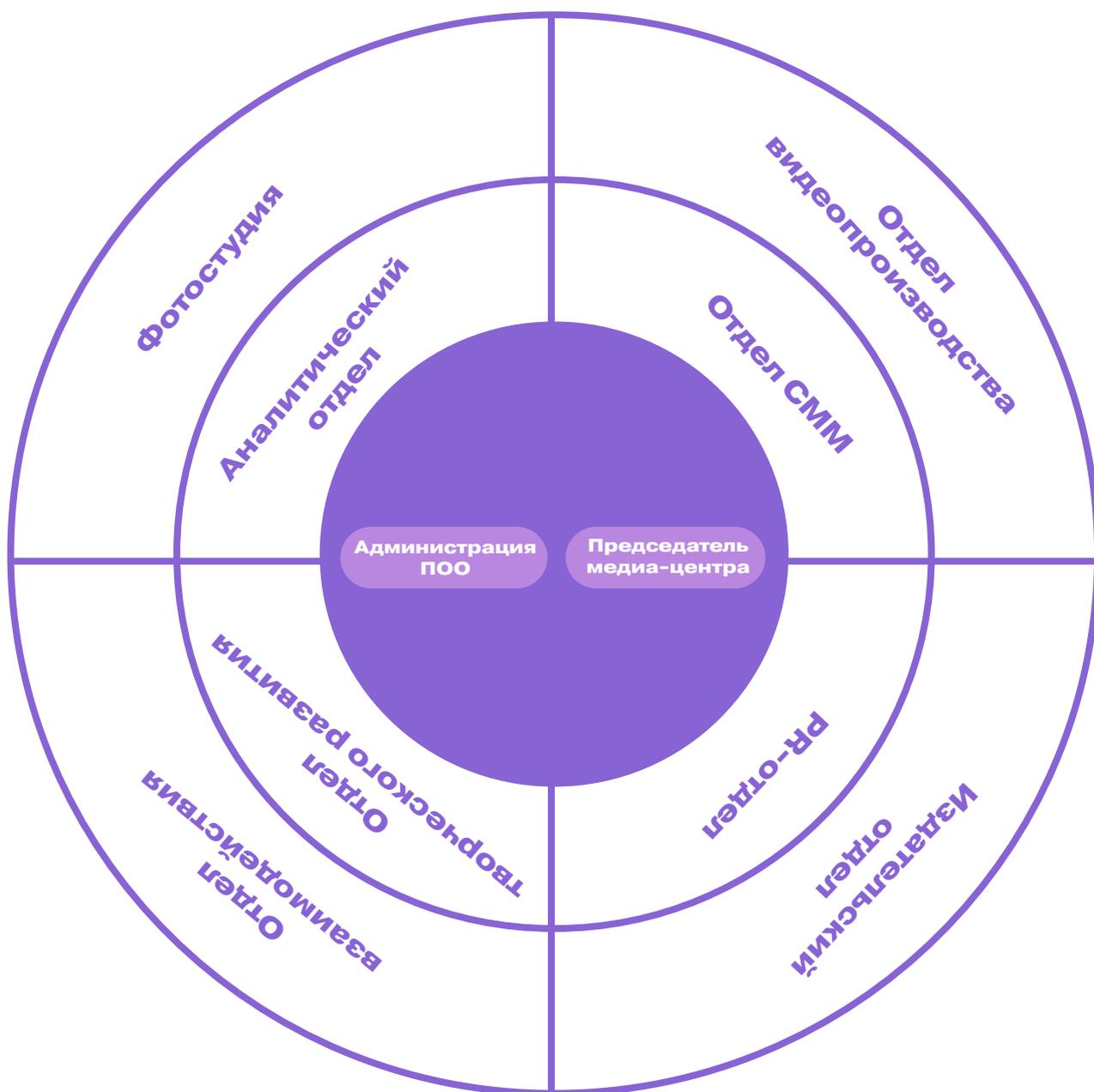


Рисунок 2 – круговая структура студенческого медиа-центра в организации СПО

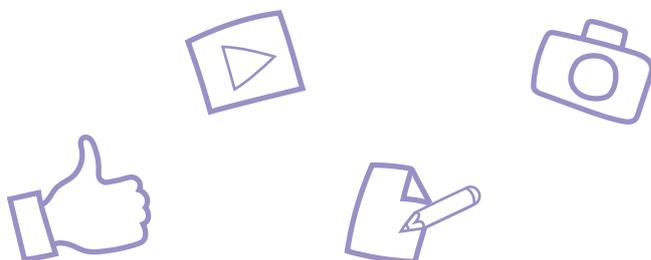
Структура студенческого медиа-сообщества в организациях СПО

Председатель медиа-центра — это ответственное лицо, возглавляющее работу медиа-центра и координирующее его деятельность. Председатель обеспечивает организацию работы отделов медиа-центра, осуществляет стратегическое управление развитием и внедрением инноваций в области медиакоммуникаций, поддерживает эффективное взаимодействие между различными участниками процесса.

Заместитель председателя медиа-центра — это лицо, назначенное руководителем медиа-центра для оказания помощи в реализации основных задач, координации деятельности отделов медиа-центра, а также для выполнения возложенных на него отдельных направлений работы. Заместитель исполняет обязанности председателя в периоды его отсутствия, участвует в принятии ключевых решений и обеспечивает оперативное функционирование медиа-центра.

Фотостудия медиа-центра СПО

представляет собой подразделение, занимающееся подготовкой и реализацией визуального контента посредством фотосъёмки и обработки изображений. Этот отдел имеет важное значение для успешного функционирования медиа-центра, поскольку качественные фотографии способствуют созданию привлекательности материала, повышают интерес читателей и помогают лучше передать атмосферу происходящих событий.



Отдел видеопроизводства медиа-центра СПО

представляет собой подразделение, специализирующееся на создании и обработке видеоматериала различного формата и назначения. Данный отдел играет ключевую роль в поддержке информационного пространства учебного заведения, формируя качественный контент, который повышает привлекательность образов колледжа и содействует укреплению его имиджа.

PR-отдел медиа-центра СПО

представляет собой подразделение, которое специализируется на выстраивании отношений с внешней средой, продвижении имиджа и репутации колледжа через разнообразные формы коммуникации. Задача отдела состоит в повышении осведомленности и симпатии общественности относительно деятельности колледжа, его успехов и перспектив.

Издательский отдел медиа-центра СПО (Отдел редакции)

представляет собой подразделение, отвечающее за подготовку и выпуск информационного и публицистического контента (публикации, статьи, посты и т.д.). Обеспечивает высокую читабельность, достоверность и актуальность создаваемых материалов, а также способствует формированию позитивного имиджа колледжа.

Аналитический отдел медиа-центра СПО

представляет собой подразделение, которое занимается изучением, анализом и интерпретацией различных аспектов деятельности медиа-центра и окружающей среды. Сбор и обработка информации, необходимой для принятия обоснованных решений и улучшения качества работы медиа-центра.

Отдел взаимодействия медиа-центра СПО

представляет собой подразделение, осуществляющее комплекс мероприятий по управлению взаимоотношениями колледжа с внешней и внутренней аудиторией, а также формирования отношений с другими колледжами и медиа-центрами в целом.

SMM-отдел (отдел маркетинга в социальных сетях)

представляет собой подразделение медиа-центра среднего профессионального образовательного учреждения (СПО), занимающееся управлением и ведением социальных сетей колледжа. Основная цель отдела — увеличить узнаваемость и популярность колледжа, привлечь новых студентов и поддерживать активную коммуникацию с существующими учениками и выпускниками.

Отдел творческого развития медиа-центра СПО

представляет собой подразделение, основное предназначение которого — разработка и создание визуально привлекательного и функционального графического контента для колледжа. Графический дизайн подразумевает профессиональное искусство проектирования изображений, иллюстраций, логотипов, баннеров, афиш, презентаций и других визуальных материалов, используемых для продвижения, информирования и украшения различных мероприятий и продуктов колледжа. Разработка дизайн-продуктов для наполнения социальных сетей.

Такая многоуровневая структура позволяет равномерно распределить ответственность и полномочия, наладить эффективный механизм взаимодействия и планирования работы медиа-сообщества, а также стимулирует творческий рост и инициативу участников.

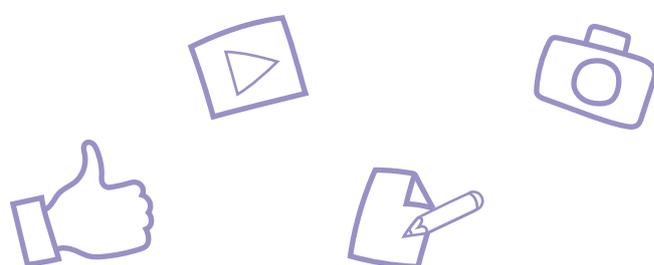
Таким образом, правильно организованная структура медиа-сообщества СПО гарантирует комплексное развитие и интеграцию деятельности всех подразделений, приводящую к высокому качеству производимого контента и укреплению репутации учебного заведения.

Контент-план студенческого медиа-сообщества в организациях СПО

Контент-план студенческого медиа-сообщества в организациях профессиональных образовательных организациях представляет собой заранее подготовленный график публикаций различных видов контента (текстов, фотографий, видеороликов), разработанный с целью систематизации и оптимизации работы медиа-команды. Такой план направлен на эффективное управление процессами создания и продвижения контента, охватывающего различные темы и интересы целевой аудитории.

Такой план позволяет организовать деятельность медиа-центра таким образом, чтобы обеспечить постоянное обновление ресурса интересным и полезным контентом, обеспечивающим выполнение поставленных задач и достигающим желаемые цели.

Студенты профессиональных образовательных организаций определяют несколько наиболее эффективных форматов контент-плана студенческого медиа-сообщества.



Время	ПН	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
9:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00							
16:00							
17:00							

ВИД КОНТЕНТА

Рисунок 3 – Пример контент-плана ступенчатого медиа-центра в организации СПО

Разберем подробнее элементы, которые включены в различные форматы контент-планов медиа-сообществ профессиональных образовательных организаций:

1. Цель публикаций

Чёткое определение целей каждой публикации, таких как информирование, образование, привлечение внимания, реклама, взаимодействие с читателями и др.

2. Тематика

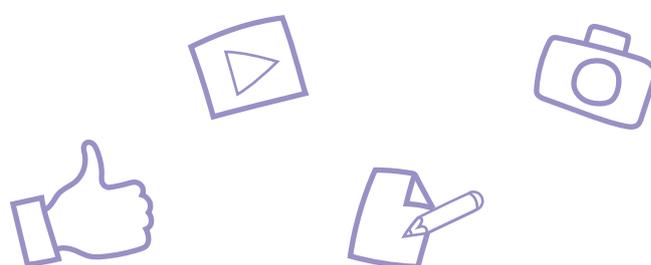
Определение основных направлений и рубрик публикаций, таких как новости, спорт, культура, наука, социальные инициативы, история колледжа и др.

3. Тип контента

Выбор формата публикуемого материала: статьи, заметки, интервью, фоторепортажи, инфографика, видеоролики, опросы, анонсы и другое.

4. График выхода

Регулярность размещения публикаций: ежедневные, еженедельные, ежемесячные, сезонные посты и серии статей.



5. Целевая аудитория

Описание группы читателей, которым адресованы конкретные публикации: учащиеся, преподаватели, родители, работодатели, потенциальные абитуриенты и другие заинтересованные лица.

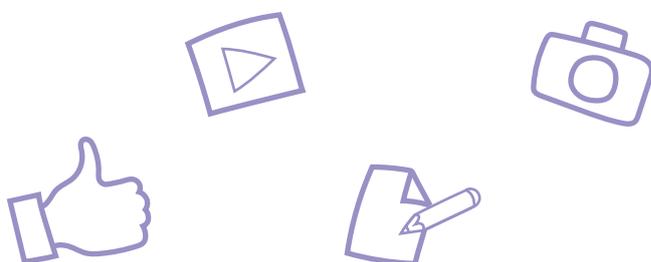
6. Каналы распространения

Выбранные платформы для публикации контента: сайт колледжа, страницы в соцсетях, рассылки, стенгазеты, листовки и прочее.

7. Методы оценки эффективности

Результаты опубликованного контента: число просмотров, лайков, комментариев, репостов, конверсия посетителей сайта и прочие показатели.

Эффективный контент-план обеспечивает организацию стабильной и последовательной работы медиа-сообщества, улучшает качество предоставляемого контента и привлекает больше пользователей. Важно регулярно обновлять и адаптировать планы под нужды конкретной аудитории и актуальные запросы рынка труда и общества.



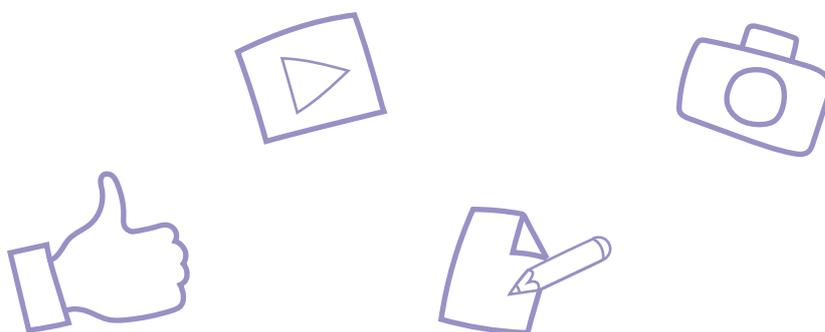
Заключение

Студенческие медиа-сообщества – идеальный способ информирования студентов, педагогов и других участников образовательного процесса о деятельности профессиональных образовательных организаций, а также способ развития воспитательной работы со студенческим сообществом. Деятельность студенческих медиа-сообществ развивает медиа-навыки студентов СПО, способствует развитию медиа-образования в России, активному вовлечению в общественную деятельность и освоению ими компетенций, которые станут крепкой основой построения профессионального пути и карьеры.

Таким образом, студенческое самоуправление несет в себе главную цель – предоставление студентам СПО возможности развития своих профессиональных и надпрофессиональных навыков и получения практического опыта в сфере медиа, а также эффективное информирование и освещение в информационной среде деятельности профессиональной образовательной организации в разных ее проявлениях.

Описанный подход к ведению деятельности, структура, контен-план дают возможность выстраивания эффективной работы медиа-центров СПО. Для студентов - это не просто способ найти занятие для досуга, но и возможность попробовать себя в различных ролях, выстроить методы управления и ведения работы в решении проблем и задач. Такая деятельность развивает в молодых людях самостоятельность, ответственность, дисциплину, развивает навыки управления и прививает трудолюбие.

Развитие студенческого медиа-сообщества возможно только при условии совместного выстраивания структуры и работы педагогическим коллективом и студенческим сообществом. Совместно они должны находить новые методы реализации инициатив и развития внутреннего потенциала, чтобы сделать студенческое медиа-поле актуальным и востребованным в современном мире!



Благодарность

В структуре студенческого медиа-сообщества можно выделить различные подразделения, каждое из которых отвечает за решение определенного спектра вопросов. Основные формы подразделений студенческого медиа-сообщества – это:

Сборник методических рекомендаций разработан как результат регионального форума по развитию студенческих медиа-сообществ «ПООзнавай тренды» при поддержке АНО Центр содействия активной молодежи «Единение».

Благодарность за активную деятельность в рамках стратегических сессий выражается:

Участникам форума по развитию студенческих медиа-сообществ «ПООзнавай тренды» в следующем составе:

Бирюкова Анна
Верютин Максим
Воронежский Михаил
Голикова Дарья
Горбулина Софья
Жибоедова Анна
Замашкина Ирина
Калякина Полина
Ковалёв Егор
Козлова Елизавета
Коротких Юлия
Куран Амалия
Ломакин Вагим
Лунин Арсений

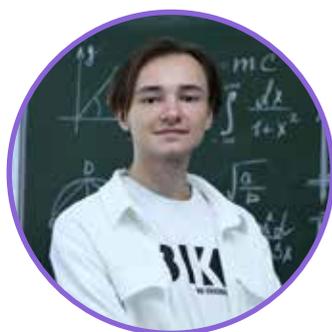
Марова Катерина
Медведева Ольга
Мезенцева Виктория
Миронова Алёна
Назарова Дарья
Неведрова Дарья
Нечаева Ольга
Носова Елизавета
Образцова Полина
Оксененко Анастасия
Самчук Мария
Ситникова Вера

Благодарность

Волонтерам форума по развитию студенческих медиа-сообществ «ПООзнавай тренды» в следующем составе:

Бочарова Вероника Вадимовна
Волобуев Владислав Владимирович
Голуб Иван Дмитриевич
Деркач Глеб Витальевич
Дмитриев Никита Александрович
Жигеева Татьяна Алексеевна
Минаков Сергей Дмитриевич
Насрудинов Вагим Романович
Рыженков Тимур Артемович

Сборник методических рекомендаций по работе студенческих медиа-сообществ организаций среднего профессионального образования разработан командой АНО ЦСАМ «Единение»



Евглевский
Никита Игоревич

Генеральный директор
АНО ЦСАМ «Единение»



Евдокимов
Евгений Александрович

Исполнительный директор
АНО ЦСАМ «Единение»



Кайцова
Елизавета Юрьевна

Заместитель
генерального директора
АНО ЦСАМ «Единение»

СТРАНИЦА ДЛЯ АВТОГРАФОВ
И ПОЖЕЛАНИЙ ТВОИХ ДРУЗЕЙ



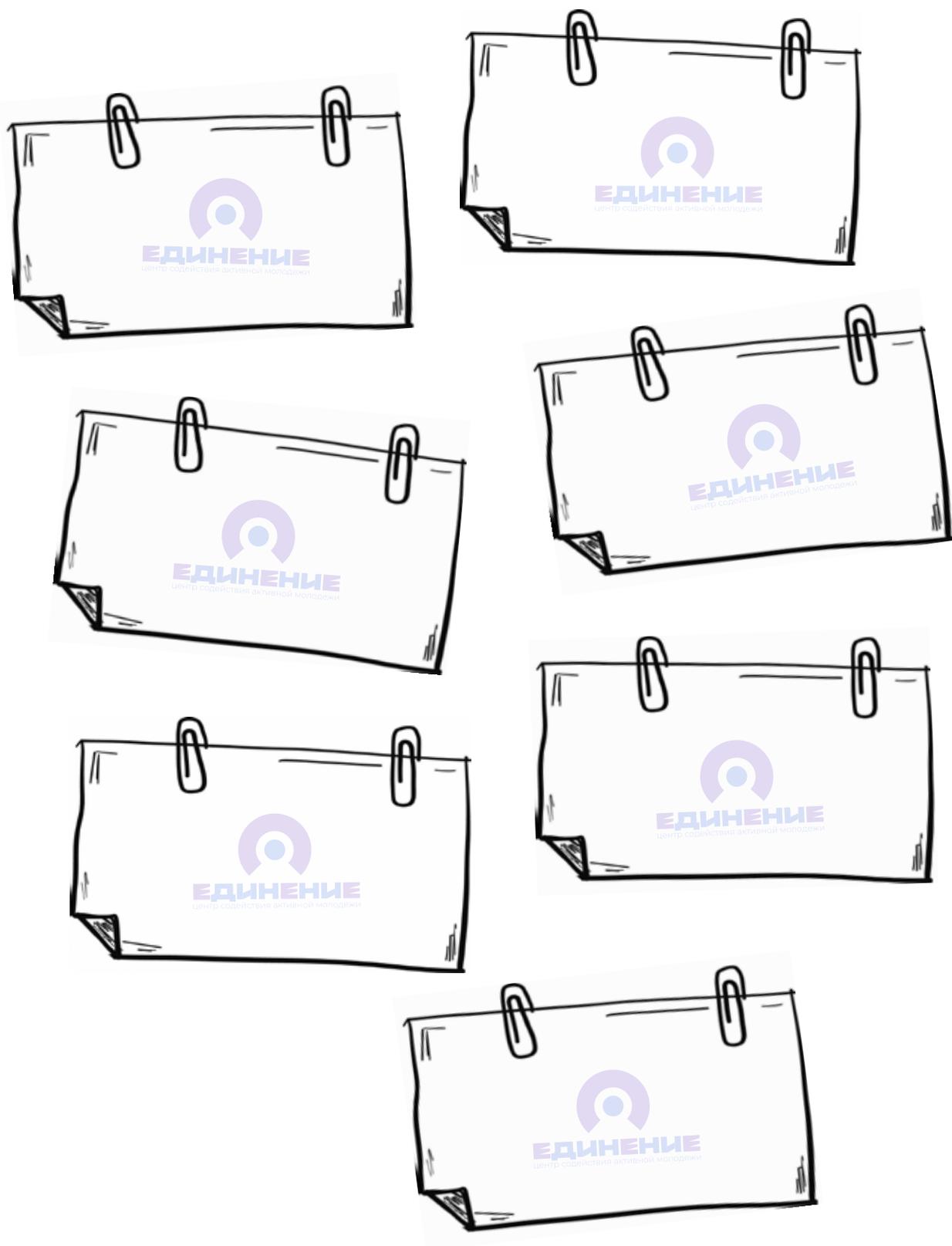
ЕДИНЕНИЕ
центр содействия активной молодежи

СТРАНИЦА ДЛЯ АВТОГРАФОВ
И ПОЖЕЛАНИЙ ТВОИХ ДРУЗЕЙ

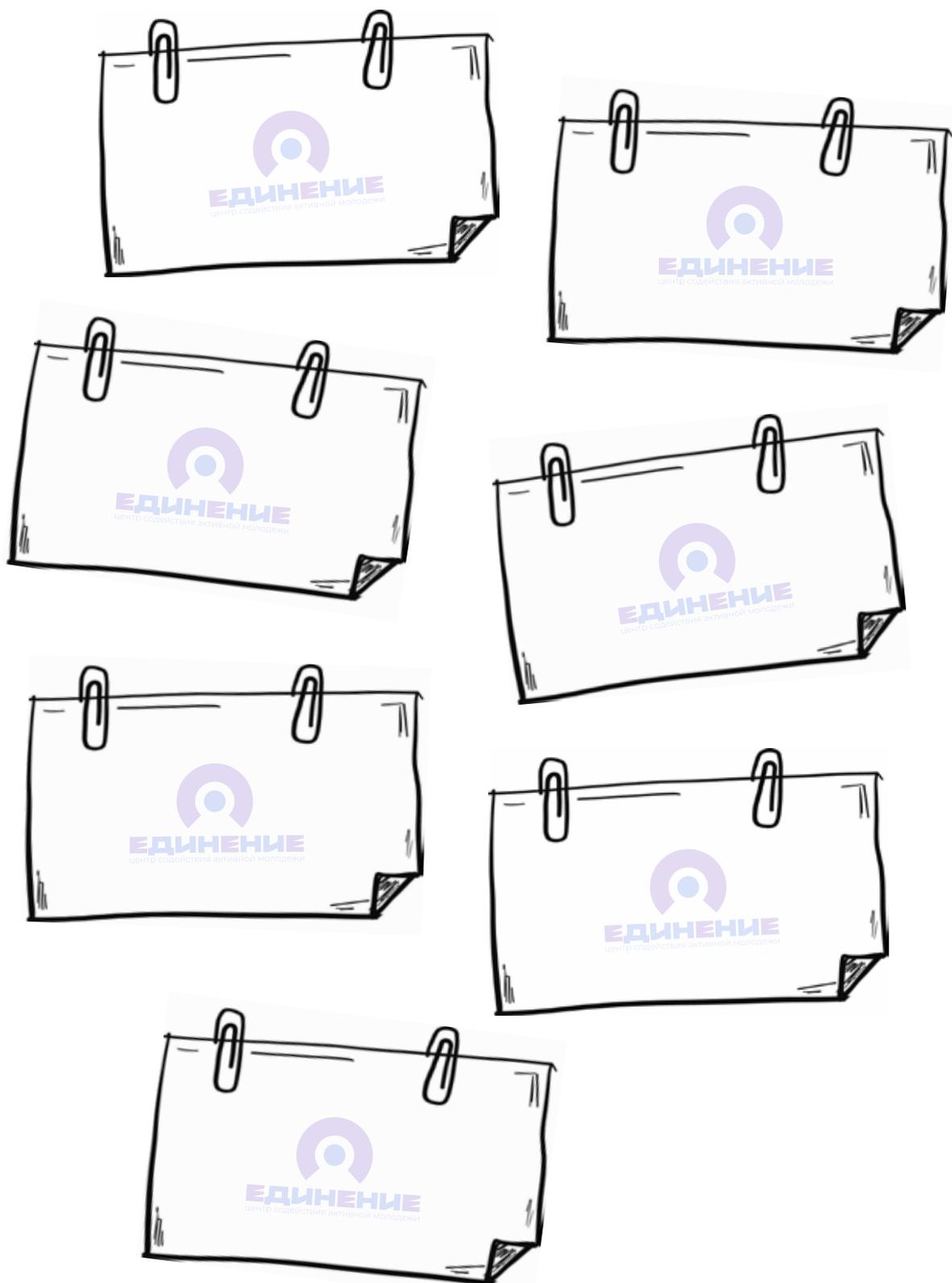


ЕДИНЕНИЕ
центр содействия активной молодежи

ТВОИ ИДЕИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ



ТВОИ ИДЕИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ



Место для заметок



ЕДИНЕНИЕ
центр содействия активной молодежи

Тест на тему: "Кто я в медиа-сфере"

Этот тест поможет вам определить свою склонность и интересы в области медиа. Выберите один вариант ответа на каждый вопрос.

Вопрос №1

Что вас больше привлекает?

- А. Писать увлекательные истории и тексты, рассказывать интересные факты людям.
- Б. Работать с изображениями, фотографиями, создавать яркие иллюстрации.
- В. Мониторить тенденции рынка, вести аналитику и изучать поведение аудитории.
- Г. Общаться с людьми, отвечать на вопросы и организовывать обсуждения.

Вопрос №2

Представьте себе идеальный рабочий день. Что бы вы делали большую часть времени?

- А. Готовили статьи, колонки, обзоры.
- Б. Фотографировали, снимали видео, занимались дизайном.
- В. Изучали статистику посещений, оценивали эффективность рекламной кампании.
- Г. Консультировались с коллегами, общались с аудиторией, участвовали в дискуссиях.

Вопрос №3

Вы получили задание подготовить мероприятие. Какое оно было бы?

- А. Конференция журналистов, писателей и блогеров.
- Б. Выставка фотографий, арт-инсталляция или выставка творчества молодых дизайнеров.
- В. Круглый стол экспертов по тенденциям маркетинга и цифровизации.
- Г. Открытая встреча с фанатами вашего канала, форума или социальной группы.

Вопрос №4

Какой инструмент вам кажется наиболее полезным в вашей профессиональной деятельности?

- А. Блокнот и ручка для записей идей и заметок.
- Б. Фотоаппарат или графический планшет.
- В. Сервис аналитики Google Analytics или Яндекс.Метрика.
- Г. Программы для обработки сообщений и писем, чат-боты.

Вопрос №5

Какие компетенции вы хотели бы развивать дальше?

- А. Навык написания статей, умение писать грамотно и интересно.
- Б. Умение обрабатывать изображение и видеомонтаж.
- В. Анализ больших объемов данных, умение интерпретировать статистику.
- Г. Коммуникабельность, способность удерживать внимание публики.

Тест на тему: "Кто я в медиа-сфере"

Результат теста

Подсчитайте количество выбранных вами вариантов ответов по каждой группе букв (А, Б, В, Г).

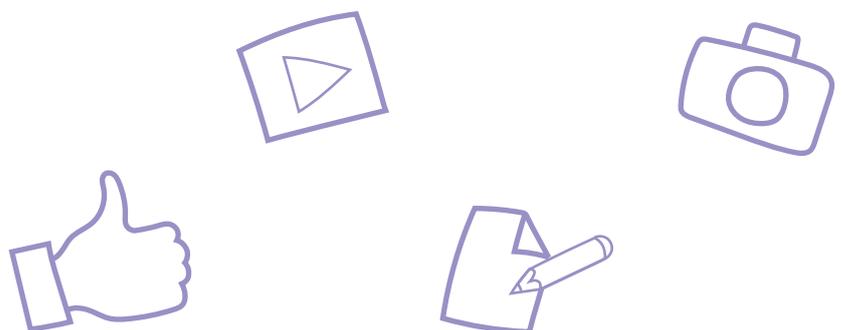
Где большинство совпадений — там ваша профессиональная предрасположенность в сфере медиа.

Если преобладают варианты «А», то вы склонны к профессии журналиста, писателя, копирайтера.

Если доминируют варианты «Б», то ваше призвание связано с профессиями дизайнера, фотографа, оператора.

Большее число ответов «В» означает вашу склонность к аналитическим специальностям: маркетолог, специалист по статистике, исследователь.

Варианты «Г» указывают на желание заниматься коммуникациями: PR-специалист, менеджер по связям с общественностью, ведущий эксперт по вопросам взаимодействия с клиентами.





МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННЕЙ И МОЛОДЕЖНОЙ
ПОЛИТИКИ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ



Министерство
образования
и науки
Курской области



ЕДИНЕНИЕ

центр содействия активной молодежи

Первые



**КУРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
КОЛЛЕДЖ**

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

*по работе студенческих
медиа-сообществ СПО*

