

22.03.2023

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КОЛЕДЖУ



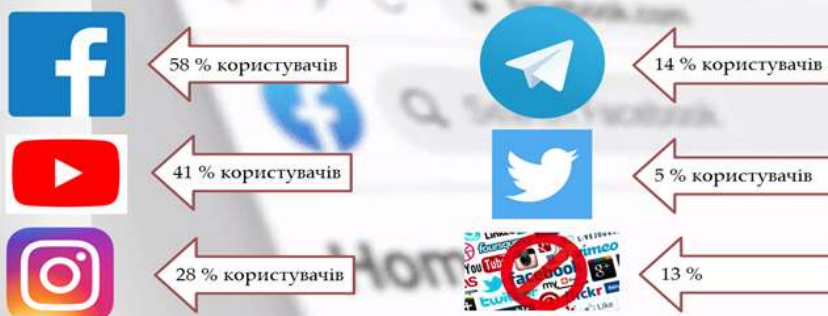
Олійник О.А. - сьогодні одним з найбільших джерел відвідувачів для інтернет-засобів масової комунікації є соціальні мережі. Такі тенденції в інтернет-комунікації, як надмобільність та прагнення до максимальної та миттєвої інтерактивності не тільки спричинили неабияку популярність цих ресурсів у повсякденному спілкуванні користувачів Інтернету, а й істотно вплинули на популяризацію закладів освіти. Інтернет, безперечно, змінив наш спосіб життя та спілкування. Тепер люди можуть спілкуватися та обмінюватися інформацією не лише з друзями та родичами, але і зовсім незнайомими людьми через Facebook, Instagram, Telegram і Twitter. Сучасна молодь більше довіряє інформації, яку отримує через соціальні мережі, ніж традиційним ЗМІ чи рекламі. Сьогодні саме соціальні мережі мають найбільший вплив у прийнятті рішень користувачами. І більшість студентів використовують ці технології як джерело інформації, в тому числі як спосіб вибору майбутнього закладу освіти. Заклади освіти уже встигли перехопити цю тенденцію, тому їх офіційні сторінки в популярних соцмережах давно функціонують та надають достовірну інформацію про заклад. Адміністратори цих груп жваво популяризують їх, додають актуальну інформацію, фото, хештеги, оголошення та багато чого цікавого. Такий підхід дозволяє зануритись у життя коледжу ще до того, як стати у ньому студентом.

Соціальні мережі

- **Соціальна мережа** – соціальна структура, утворена індивідами або організаціями, вона відображає розмаїті зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тисними родинними зв'язками.
- Вперше цей термін було запропоновано Дж. А. Барнесом у 1954 році.
- **Аналіз соціальних мереж** перетворився на основний метод досліджень в сучасній соціології, антропології, географії, соціальній психології, інформатиці та дослідженні організацій.
- **Соціальні мережі** - це інтернет-програми, які допомагають друзям, бізнес-партнерам або іншим особам спілкуватися та встановлювати зв'язки між собою, використовуючи набір інструментів – «Онлайнові соціальні мережі»



Популярні соціальні мережі в Україні



Імідж

- **Імідж** - штучна імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта, особливо особи.
- Термін вперше з'явився у 1806 році в словнику Ноя Вебстера.
- **Імідж фірми** — це думка про дану організацію у групи людей на основі сформованого у них образу цієї фірми, що виник унаслідок або прямого контакту з цією фірмою, або в результаті інформації, отриманої про цю фірму від інших людей.



Імідж закладу освіти



- **Імідж навчального закладу** – це емоційно-забарвлений образ, який утворився у масовій свідомості і який визначається співвідношеннями між різними сторонами його діяльності та транслюється у зовнішнє середовище.
- **Поняття іміджу навчального закладу включає дві складові:**
 - інформаційну, яка представляє собою образ організації, який склався в свідомості населення
 - оціночну, яка відображає якісну оцінку населенням діяльності навчального закладу.

Створення іміджу та репутації коледжу – це передумова його виходу на якісно новий рівень культурних, соціальних взаємин із громадськістю, суттєвий чинник підвищення ефективності педагогічного колективу.

Соціальні мережі та їх вплив на формування іміджу закладу освіти

Переваги:

- обмін думками й спілкування між групами;
- реалізація творчого потенціалу й розвиток креативного мислення;
- читання та коментування новин, різноманітної інформації;
- обговорення актуальних питань;
- отримання інформації щодо реалізації освітнього процесу (відомості про розклад занять, завдання, різноманітні оголошення);



Соціальні мережі та їх вплив на формування іміджу закладу освіти

Переваги:

- широкий спектр сервісів;
- масштабність форм комунікації ;
- обмін актуальною та перевіреною інформацією;
- наповнення освітнього контенту й особистих освітніх ресурсів;
- безперервна взаємодія студента і викладача без часового обмеження, індивідуальних підхід до кожного студента ;
- наявність мобільної версії соціальних мереж.



Рекомендовані інтернет-ресурси



- **Сайт навчального закладу** сьогодні є офіційним представництвом у мережі і забезпечує в першу чергу виконання норм законодавства щодо інформаційної прозорості і відкритості закладу.
- Сучасним інструментом для забезпечення відкритості навчального закладу, формування позитивного іміджу, а також комунікації з батьками, колегами, партнерами є сторінки у соціальних мережах .

Вміння використовувати в роботі різноманітні інтернет-ресурси сприяє не лише покращенню якості комунікації між учасниками освітнього процесу, а й сприяє формуванню позитивного іміджу закладу.

Рекомендації щодо формування іміджу навчального закладу за допомогою соціальних мереж

Стратегія розвитку іміджу навчального закладу, використовуючи соціальні мережі:

- ✓ Визначення місії
- ✓ Визначення цільової аудиторії
- ✓ Планування
- ✓ Моніторинг
- ✓ Розвиток сайту коледжу, на якому розміщено інформацію відповідно до статті 30 Закону України «Про освіту»



Рекомендації щодо формування іміджу навчального закладу за допомогою соціальних мереж

- ✓ Вибір соціальної мережі
- ✓ Напрямок розвитку (рекомендації батькам, новини, рекомендації викладачам, тощо)
- ✓ Частота розміщення дописів (щодня, раз на декілька днів, і т.д.)
- ✓ Оформлення дописів
- ✓ Розбивання дописів відповідно до інформації
- ✓ Аналіз сприйняття цільовою аудиторією розміщених дописів (позитивні оцінки, виключивши при цьому оцінки, які поставили працівники навчального закладу)



Сайт коледжу

Відокремлений структурний підрозділ
**"Шевченківський фаховий коледж
Уманського національного університету садівництва"**

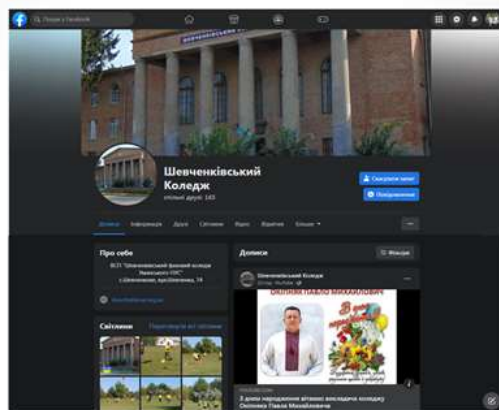
Головна | Про нас | Абітурієнту | Студентам | Методична робота | Вектори роботи | Підприємство | Спорт | Публічна інформація | Рекламіст

Вітаємо вас на нашому сайті!!! *Дякуємо, що за!*

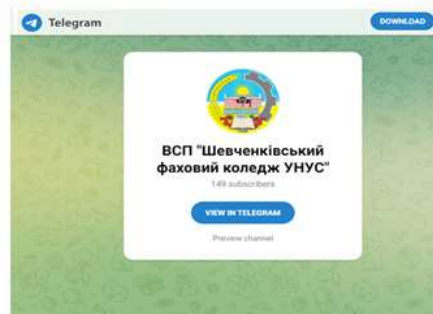
Новини коледжу

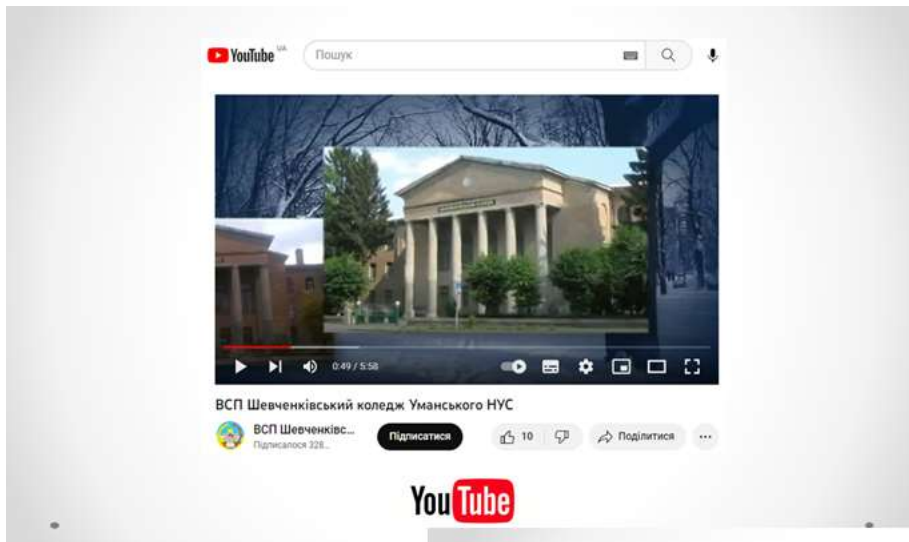
- Розклад занять
- Наш Telegram канал
- Порядок дій населення у разі оголошення

ВСП "Шевченківський фаховий коледж Уманського НУС" – заклад фахової передвищої освіти, який є структурним підрозділом Уманського національного університету садівництва, здійснює підготовку фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем "молодший спеціаліст" та освітньо-професійним ступенем "фаховий молодший бакалавр".



facebook





Отже, розглянувши і проаналізувавши інтернет-ресурси, які можна використати для ефективного представництва навчального закладу у мережі та створення позитивного іміджу, можна зробити такі висновки:

- сайт закладу освіти сьогодні є офіційним представництвом у мережі і забезпечує в першу чергу виконання норм законодавства щодо інформаційної прозорості і відкритості закладу;
- сучасним інструментом для забезпечення відкритості закладу, формування позитивного іміджу, а також комунікації з батьками, колегами, партнерами є сторінки у соціальних мережах;
- оновлення форм організаційної і методичної роботи з педагогічними працівниками, об'єднання їх за інтересами забезпечують групи у соціальних мережах. Групи є також цікавим інструментом для використання в студентському самоврядуванні, позааудиторній роботі із студентами.



Імідж не можна купити, його можна тільки створити, а потім він працюватиме на вас!

Дякую за увагу!

