**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ**

**ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Факультет | Документальных коммуникаций и туризма |
| 2 | Направление подготовки | Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия |
| 3 | Наименование дисциплины | Паблик рилейшнз |
| 4 | Курс обучения | 3 |
|  | ФИО преподавателя | Кустова Мария Викторовна |
|  | Способ обратной связи с педагогом | специально организованная (закрытая) группа в социальной сети Вконтакте + электронная почта mvic2016@yandex.ru  Также будут проведены учебно-консультационные занятия в режиме он-лайн |
| 5 | Дополнительные материалы (файлы, ссылки на ресурсы и т.п.) | Будут предоставлены лекционные материалы , матрицы анализа, упомянутые в тексте задания. Будет проведено консультирование в режиме он-лайн. Работа над проектом будет осуществляться в постоянном контакте с преподавателем. |
| 6 | Срок предоставления выполненного задания | Промежуточная аттестация |

**Инструкция для студентов по выполнению задания**

Все задания должны быть выполнены в полном объеме в соответствии с требованиями и в указанный срок (см. таблицу). В случае затруднения при выполнении задания Вы можете обратиться к преподавателю за консультацией, используя тот способ связи, который указан в таблице.

**Задания для группы 903.**

Задание представляет собой реализацию проекта по созданию и продвижению аккаунта «Музеология в деле» в социальной сети Инстаграм. Аккаунт должен продвигать проекты музейной деятельности, осуществляемые на факультете и само направление 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

*1. Создание профиля.*

1.1.Создайте бизнес-аккаунт в сети Инстаграм, соблюдая все требования к оформлению (шапка профиля, контакты, аватар, геометки, ссылки на группу факультета ВК, на официальный сайт вуза)

1.2.Пригласите туда «близкий круг» (студенты группы и факультета, контакты из вашего телефонного справочника). Эта работа должна осуществляться каждым студентом группы.

1.3.Подпишитесь на интересные аккаунты музеев – в том числе, зарубежных. Попробуйте найти аккаунты-бренды (избегайте масс-лайкинга и масс-лукинга). Поиск аккаунтов для подписки осуществляется всеми студентами группы.

1.4.Проведите анализ целевой аудитории (заполнить таблицы 1.1., 1.2., 1.3.).

*2. Создание контента*.

2.1. Каждый студент группы должен выбрать по одному бренд-аккаунту музея и проанализировать его контент, используя матрицу анализа контента (таблица 2.1.).

2.2 Разработайте контент-план (используя предложенную сетку – таблица 2.2.). Каждый студент группы должен предложить контент-план на одну неделю.

2.3. Формирование хештегов

2.3.1.Сформируйте и заполните матрицу хештегов (таблица 2.3.). Используя предоставленный материал, изучите основные виды хештегов. Каждый студент должен предложить не менее 10 хештегов, включая фирменные.

2.3.2. В ходе обсуждения с преподавателем отобрать 30 рабочих хештегов.

2.4. Размещение контента.

Каждый студент должен обеспечить качественный контент (см. требования к контенту в полученных материалах) на 20 публикаций разного типа. При создании и размещении контента учитывать алгоритм «умной ленты» Инстаграм.

3. Продвижение аккаунта.

3.1. Каждый студент должен предложить по одному механизму бесплатного продвижения и формированию вовлеченности пользователей аккаунта (См. материалы). Все предложенные механизмы будут внедрены.

4. Оценка работы.

Работа должна осуществляться постоянно (ежедневно, согласно контент-плану). К зачету необходимо заполнить чек-лист для социальной сети «Инстаграм» (таблица 4.1.) используя аналитику LIVEDUNE *(*данные за последние две недели)*.* Результатом проекта должен стать живой аккаунт, продвигающий музейные проекты факультета и направление подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.