



## 6-SHO‘BA

### AXBOROT TEXNOLOGIYALARI SOHASI UCHUN KADRLAR

---

#### «ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ SMM» КАК УЧЕБНЫЙ МОДУЛЬ В СИСТЕМЕ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ

д.п.н., проф. Закирова Феруза Махмудовна

Ташкентский университет информационных технологий

имени Мухаммада аль-Хоразмий

[f.zakirova@tuit.uz](mailto:f.zakirova@tuit.uz)

**Аннотация.** В статье раскрываются цели, задачи и содержание модуля «Образовательный SMM» для курсов повышения квалификации педагогических кадров высших образовательных учреждений Республике Узбекистан.

**Ключевые слова:** социальные медиа, образовательный маркетинг, повышение квалификации, содержание.

Сегодня современные информационно-коммуникационные технологии предлагают инновационные средства обучения, которые служат не только для получения новых знаний, но и для их продвижения на рынке образовательных услуг. Одним из таких инновационных средств является Social Media Marketing (SMM).

Известно, что SMM — это форма интернет-маркетинга, которая использует социальные сети в качестве маркетингового инструмента. Цель SMM — создавать контент, которым пользователи будут делиться в своих социальных сетях, чтобы помочь компании увеличить узнаваемость бренда и расширить охват клиентов. Ценность социальных сетей в маркетинге и рекламных кампаниях подтверждается практикой и подчеркивается тем фактом, что крупные бренды и многонациональные компании активно используют социальные сети для продвижения своих компаний и продуктов.

Как отмечают Т.Тейлор, современные высшие образовательные учреждения также стремятся установить отношения со своим целевым рынком и



улучшить свои коммуникационные стратегии и методы маркетинга через социальные сети.

Анализ статей, посвященных использованию платформ социальных медиа в образовании, показал, что они используются двумя способами. Первый способ использования платформ социальных медиа направлен на коммуникацию высших образовательных учреждений с субъектами внешней среды, а именно, с абитуриентами, студентами и их родителями и другими внешними сторонами. Второй метод использования платформ социальных медиа направлен на организацию внутренней коммуникации и взаимодействия внутри образовательного учреждения, а именно между преподавателями, а также между преподавателями и студентами.

Мы предлагаем использовать методы и средства SMM в образовательных целях в системе повышения квалификации педагогических кадров. Этому способствовал анализ проблем в организации обучения в условиях пандемии корона-вируса выявил потребность педагогических кадров в повышении квалификации и получении новых знаний по управлению учебно-познавательной деятельности студентов на основе использования платформ социальных медиа.

Возможность использования стратегии и методов SMM для образовательных целей мы исследовали на примере курсов повышения квалификации педагогических кадров высших образовательных учреждений на базе отраслевого центра переподготовки и повышения квалификации педагогических кадров при Ташкентском университете информационных технологий имени Мухаммада аль-Хоразмий.

Для определения целей и задач нового учебного модуля «Образовательный SMM» сначала была изучена специальная литература по вопросам SMM. Также был изучен опыт использования SMM для целей бизнеса. В соответствии с целями и задачами SMM были определены цели и задачи образовательного SMM как учебного модуля для системы повышения квалификации педагогических кадров, которые отражены в таблице 1.

Таблица 1

**Цели, задачи и содержание учебного модуля «Образовательный SMM»**

	Образовательный SMM
Цель	увеличение эффективности обучения через предоставление образовательных продуктов за счет превращения студентов-подписчиков в активных обучающихся.
Задачи	- информирование и обеспечение обратной связи в обучении, - популяризация научных взглядов,



	<ul style="list-style-type: none"><li>- увеличение образовательной активности студентов и расширение учебной аудитории,</li><li>- повышение репутации преподавателя и его узнаваемости в сети интернет.</li></ul>
Содержание	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Основные термины, функции и принципы SMM. Дидактические возможности социальных сетей (теория 2 часа);</li><li>2) Построение SMM-стратегии - определение целей и задач образовательного канала в социальных сетях, анализ рынка образовательных услуг, выбор социальных площадок, разработка контентной стратегии, разработка визуального стиля, медиа планирование, оценка эффективности (теория 2 часа, практика 2 часа, самостоятельная работа 4 часа);</li><li>3) Создание образовательного канала на различных социальных платформах (YouTube, Telegram) и его ведение (практика 8 часов, самостоятельная работа 16 часов);</li><li>4) Определение качества на основе KPI (практика 2 часа, самостоятельная работа 4 часа).</li></ol>

Курс повышения квалификации по учебному модулю “Образовательный SMM” был организован на портале дистанционного обучения [mt.bimm.uz](http://mt.bimm.uz) в период с апреля по декабрь 2020 года. Также был использован телеграмм канал, где слушатели делились своими мнениями и опытом работы. Во время прохождения курса повышения квалификации дополнительно к теоретическим и практическим занятиям были использованы видеолекции по SMM из различных YouTube каналов, организованы вебинары на основе ZOOM, а также использовался специально созданный Telegram канал для коммуникации и обмена мнениями. В ходе организации курса повышения квалификации преподаватели создавали свои образовательные SMM-проекты.

Для выявления отношения педагогических кадров к новому учебному модулю «Образовательный SMM» было проведено онлайн анкетирование. Результаты анкетирования показали, что:

- 69,7% преподавателей раньше вообще не использовали платформы социальных сетей в образовательных целях;

- в процессе повышения квалификации для организации обучения 88,4% преподавателей решили выбрать Telegram-канал и 31,5% решили выбрать YouTube;



- 69,9% преподавателей в первый раз создали образовательный канал на основе порталов социальных медиа;

- 82,3% преподавателей стали использовать социальные сети для активизации учебной деятельности студентов, 78,6% - для создания обратной связи и 19,3% для повышения своей репутации и узнаваемости в мире интернет.

Также преподаватели выделили следующие положительные моменты в процессе повышения квалификации по учебному модулю “Образовательный SMM»:

- изучение модуля помогла осознать оригинальность использования социальных сетей для образовательных целей;

- социальные сети помогли связать теоретические знания с интересами студентов;

- через образовательные социальные каналы появилась возможность увеличить практическую направленность обучения через использование аудио и видео информации;

- использование образовательного Telegram-канала помогает обеспечить обратную связь через различные боты;

- специальные аналитические программные продукты помогают легко организовать анализ.

### Список использованной литературы:

1. Д.Халилов. Маркетинг в социальных сетях - Москва: Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 376 стр. <https://brpo.by/wp-content/uploads/2021/11>.

2. Salem Omar. Social Media Marketing in Higher Education Institutions. Journal of Sea Research. 2020, VIII, pp. 191-196. [https://www.researchgate.net/publication/342633146\\_Social\\_Media\\_Marketing\\_in\\_Higher\\_Education\\_Institutions](https://www.researchgate.net/publication/342633146_Social_Media_Marketing_in_Higher_Education_Institutions)

3. Mehmood Muhammad. Role of social media marketing (smm) in hei's admission. IBT Journal of Business Studies. 2016, 12. 10.46745/ilma.jbs.2016.12.02.10.

4. Aman K., Hussin, N. The Effectiveness of Social Media Marketing in Higher Education Institution. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2018, 8(9), pp. 827–834. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i9/4657>

5. Taylor I. *Why Social Media Should Be a Key Ingredient in Your Marketing Mix*. Retrieved from Small Biz Trends, 2019. <https://smallbiztrends.com/2008/05/social-media-key-to-marketing-mix.html>