

Сегодня большинство кафедр университета активно работают в социальных сетях, таких как ВКонтакте и других. Кафедры генерируют контент и размещают его на страницах социальных сетей, большинство обучающихся (почти 100 %) является участниками организованных кафедрами групп в различных социальных сетях.

В социальных сетях используются самые разные форматы контента это не только текст, но и видео, ссылки, опросы и т.п. Плюсом использования социальных сетей является универсальность предлагаемых инструментов для размещения и редактирования образовательного контента.

Методы и материалы

Речь пойдет о группе <https://vk.com/public200347593> - группе кафедры цифровой экономики и менеджмента социальной сети ВКонтакте. В группе на данный момент 225 участников.

Исследование было проведено с помощью методов опроса и анкетирования на странице в социальной сети. Для продвижения использованы стандартные методы: репосты, репосты сторонних групп, размещение постов с музыкой, аудиокнигами и т.п.

Активность кафедр университета в социальных сетях находится на высоком уровне, качество контента улучшается, число подписчиков растет. Стоит отметить, что активность участников сообщества носит сезонный характер. Активность существенно возрастает в периоды сессий или защит выпускных квалификационных работ.

Чтобы понять, насколько востребована деятельность социальных сетей среди обучающихся, преподавателей и сотрудников университета, было проведено исследование, основанное на опросе обучающихся очной формы образовательных профилей: «Менеджмент организации», «Цифровая экономика», «Экономика предприятий и организаций в операциях с недвижимым имуществом».

В опросах приняли участие более 80 человек, среди участников опроса обучающиеся в основном очной формы обучения (более 90 %) - преподаватели кафедры цифровой экономики и менеджмента и обучающиеся заочной формы.

Результаты

Основной вывод по результатам опроса следующий. Группы социальных сетей специальных областей знаний, например, социальные сети кафедры активно используются обучающимися в образовательном процессе.

Более 90 % подписываются на страницы во ВКонтакте, более 60 % подписаны на Instagram кафедр и институтов университета.

Контент, который ожидают обучающиеся от групп кафедр и других структурных подразделений университета, например, деканатов: новости и обзоры событий кафедры, университета в целом (36 %), образовательный контент (19 %), анонсы событий, расписание, графики защит и т.п. (35 %), развлекательный контент музыка, медиа, ссылки и т.п. (10 %).

Какие особенные требования должны предъявляться к контенту: опросы по различным темам, фотографический и видеоконтент, ссылки [4]. Также необхо-

дима публикация контента разбавляющего основной, профессиональный контент. Также необходим раздел «Часто задаваемые вопросы».

Главный вопрос заключался в следующем. Должны ли кафедры университета продвигать контент в социальных сетях, быть активными в социальных сетях. Положительный ответ на этот вопрос дали, более 90 % опрошенных.

Помимо указанных групп участников в них активно привлекаются родители, потенциальные работодатели. Некоторые группы существуют достаточно давно, и вчерашние студенты уже стали работодателями. Также существуют группы пользователей, которых относительно сложно привлечь в качестве подписчиков это школьники или обучающихся средних профессиональных училищ. Целевой аудиторией они не являются, но привлечение их в качестве подписчиков важная задача, они могут стать потенциальными абитуриентами и студентами университета.

Главным результатом обследования является тот факт, что выявлена устойчивая положительная динамика роста числа подписчиков, просмотра новостной ленты группы кафедры, а также числа скачиваемых полезных файлов, например шаблонов выполнения курсовых работ, шаблонов выпускных квалификационных работ и контрольных работ по различным дисциплинам преподаваемых кафедрой цифровой экономики и менеджмента. Оценка роста этих показателей составляет до 20 – 30 % в месяц.

Обсуждение

Результаты показали, что подписчики, ожидают качественного контента, считают страницы в социальных сетях более удобными для ознакомления, по крайней мере со справочной информацией и документами для изучения по дисциплинам, например, с презентациями и конспектами лекций, положительно отмечен факт возможности написания комментариев. Это позволяет достичь лучших результатов по сравнению с альтернативными источниками информации. Преподавателями кафедры отмечена проблема неформального общения, формы которого возникают при размещении и обсуждении материалов дисциплин на странице кафедры. В целом после обсуждения был сделан вывод о положительном эффекте от использования подобных инструментов в образовательном процессе кафедры.

Заключение

В рамках исследования оценивалась эффективность использования группы кафедры цифровой экономики и менеджмента в социальной сети «ВКонтакте». Были изучены страницы других кафедр и институтов не только в социальной сети «ВКонтакте», а также в Instagram. Выявлены основные перспективные направления развития страниц, инструменты привлечения новых подписчиков, а также проблемы привлечения целевой аудитории, например, абитуриентов.

После обсуждения этих вопросов с преподавателями кафедры принято решение о развитии страниц в социальных сетях, расширением тематики размещаемых постов, добавлением разделов: «Новости кафедры», «Часто задаваемые вопросы» и другие. Добавить полезные документы для обучающихся и разместить

полезные ссылки на сторонние ресурсы, например журналы, откуда может быть взята полезная информация для образовательных программ. Отмечена проблема соблюдения авторских прав и правильности оформления ссылок на статьи, учебники, монографии и другие печатные материалы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алиева Э.Ф., Алексеева А.С., Ванданова Э.Л., Карташова Е.В., Резапкина Г.В. Цифровая переподготовка: обучение руководителей образовательных организаций // Образовательная политика. 2020. № 1 (81). С. 54–61.

2. Антонова Д.А., Оспенникова Е.В., Спиринов Е.В. Цифровая трансформация системы образования. Проектирование ресурсов для современной цифровой учебной среды как одно из ее основных направлений // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. 2018. № 14. С. 5–37.

3. Буцык С.В. «Цифровое» поколение в образовательной системе российского региона: проблемы и пути решения // Открытое образование. 2019. № 1. С. 27–33.

4. Дидактическая концепция цифрового профессионального образования и обучения / П. Н. Биленко, В. И. Блинов, М. В. Дулинов, Е. Ю. Есенина, А.М. Кондаков, И. С. Сергеев; под науч. ред. В. И. Блинова – М.: Издательство «Перо», 2019. – 98 с.

5. Вдовин, С. А. Роль социальных сетей в дистанционном обучении / С. А. Вдовин // Актуальные вопросы образования. – 2021. – № 2. – С. 217-221.

6. Мухин О.И. Формирование таланта в эпоху цифровизации. Модель обучения одаренных и талантливых учащихся // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. 2017. № 13. С. 19–33.

7. Трудности и перспективы цифровой трансформации образования [Текст] / А. Ю. Уваров, Э. Гейбл, И. В. Дворецкая и др.; под ред. А. Ю. Уварова, И. Д. Фрумина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Ин-т образования. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 343 с.

8. Убоженко, Е. В. Экономическое обоснование внедрения цифровой технологии «интернет-вещей» в деятельность предприятия / Е. В. Убоженко, О. В. Крутева, С. А. Вдовин // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 11-1. – С. 92-101. – DOI 10.17513/vaael.1900.

9. Формирование цифровой грамотности обучающихся: Методические рекомендации для работников образования в рамках реализации Федерального проекта «Цифровая образовательная среда» / Авт.-сост. М.В. Кузьмина и др. – Киров: ИРО Кировской области, 2019. – 47 с.

10. Алексанян, А. В. Стоимостной анализ сообществ в социальных сетях в Интернете (на примере сообщества в социальной сети Вконтакте) / А. В. Алексанян // Пермский финансовый журнал. – 2021. – № 1(24). – С. 73-94.

11. Nuriymon, A. Social danger of social networks / A. Nuriymon // Bulletin Social-Economic and Humanitarian Research. – 2020. – No 7(9). – P. 43-52. – DOI 10.5281/zenodo.3831467.

12. Сенченко, Е. В. Социальные конфликты современного общества и их освещение в социальных сетях (на примере сети "ВКонтакте") / Е. В. Сенченко // Конфликтология и конфликты в современном мире : Материалы Всероссийской научной конференции, Омск, 28 апреля 2017 года. – Омск: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Омский государственный педагогический университет", 2017. – С. 259-263.

© С. А. Вдовин, 2022