ГБОУ Школа № 2030

**МЕДИАХОЛДИНГ 2030**

Автор:

Слободин Андрей Андреевич

учитель информатики

Москва

2023

Лет 10 назад никто и предположить не мог, что то, что мы сегодня воспринимаем как должное, в прошлом требовало огромных усилий. Я говорю про каналы связи: презентация проектов дистанционно, дальнейшее взаимодействие через мессенджеры, а если нужно будет создать или доработать проект — есть облачные технологии. В итоге время для получения или донесения информации сократилось в разы.

За последние годы такой способ информирования стал главенствующим. Все больше людей получают информацию через электронные источники. Естественно, школе, как участнику этих отношений, нужно в необходимой и достаточной форме предоставить и довести до сведения участников образовательного процесса свои решения, поделиться своими достижениями или получить обратную связь, чтобы занять свою нишу в информационной жизни общества.

Чтобы реализовать эти процессы, необходимо подготовить часть участников образовательного процесса. Этому способствовал, проведенный в конце октября 2021 года выездной семинар «Социальные сети — создание, развитие, перспективы» для участников интернет-телеканала ОДТВ.

Познакомив ребят с цифровым маркетингом, способом упаковки уникального предложения, анализом конкурентов стало возможным приступить к реализации проекта «Медиахолдинг 2030».

Кстати, программа и все материалы выездного семинара были представлены на городской конкурс лучших педагогических практик реализации предпрофессионального образования и в феврале 2022 этот проект стал лауреатом II степени.

Вашему вниманию я предлагаю проект «Медиахолдинг 2030». Этот проект направлен на формирование управленческих, коммуникативных, корпоративных, предпрофессиональных компетенций обучающихся для реализации достаточной информационной обеспеченности всех участников образовательного процесса.

Для начала предлагаю определиться с понятием, чтобы было понимание, что с одной стороны это - проект управленческий, а объектом управления является информация для конкретной целевой аудитории. С другой стороны это - площадка для получения предпрофессионального образования обучающихся — я говорю о цифровом маркетинге.

На данный момент у нас действуют два школьных СМИ: радио «203,0 FM» и Интернет-телеканал ОДТВ. События, которые они освещают широко представлены в социальных сетях, а также в еженедельном радиоэфире и информационном экране в фойе первого этажа.

**Цель проекта:** создание условий для формирования управленческих, коммуникативных, корпоративных, предпрофессиональных компетенций обучающихся посредством объединения школьных средств массовой информации под эгидой управляющего центра - «Медиахолдинг 2030». Он будет транслировать через школьные СМИ единую информационную политику ОО и как результат будет укреплять авторитет нашей школы в информационной жизни общества.

Все три **основные задачи проекта** помогают достичь этого результата. Формируя креативную группу и создавая механизм взаимодействия с участниками образовательного процесса, можно будет настроить оптимальный канал связи, который позволит привлекать новую и удерживать старую целевые аудитории, развлекать и информировать ее через внедрение новых видов контента и тем самым влиять на формирование положительного образа школы.

Основные решения будет предлагать креативная группа в составе «Медиахолдинга 2030». В составе: неравнодушные учащиеся, педагоги и родители. Круг задач: разработка стратегии, формирование предложений по виду и формату выпускаемого контента для достижения положительного эффекта для целевой аудитории.

На схеме взаимодействия участников образовательного процесса с «Медиахолдингом 2030» хорошо видно, что после получения информации креативная группа должна не только предложить траекторию продвижения продукта/проекта и формат выпускаемого контента, но и учесть конкретную социальную сеть и целевую аудиторию.

Школьные СМИ получив необходимые рекомендации формируют контент-план и создают информационные продукты помогая достичь необходимого эффекта. Результат - анализирует креативная группа и формирует предложения по улучшению взаимодействия с целевой аудиторией.

Очень важно, чтобы информационный контент-менеджмент стал обязательным элементом любого запускаемого или уже реализуемого проекта.

На данный момент часть представленных видов контента уже внедрены в контент-план Медиахолдинга 2030. На радио «203,0 FM» на постоянной основе проходят опросы и выходят подкасты в группе VK. Интернет-телеканал ОДТВ выпускает ток-шоу «Встреча с интересными людьми», тематические стрит-токи и готовит в ближайшее время выпуск еженедельного дайджеста. Сейчас проходит предполетную подготовку интернет-журнал «Ровно в 2030», в котором прямой рекламы 2030 нет, но за счет материалов и их подачи аудитории будет реализован принцип продакт-плейсмента.

Ключевые события, на основе которых формируется контент план, планируем расширить за счет взаимодействия с источниками информации напрямую. Например, будем поощрять и формировать положительный опыт взаимодействия с победителями спортивных соревнований, участниками культурных мероприятий в общем всеми событиями, выходящими за пределы школы. Аудитория соц сетей настолько разношерстна, что требует особого подхода для удовлетворения потребностей конкретной социальной сети. Где-то больше представлены родители, где-то больше учащиеся. И все они часть нашего сообщество и помогая им, мы помогаем себе.

Финансирование проекта, помимо самой школы, подразумевает информационный бартер с партнерами и рекламные интеграции с компаниями, для которых целевая аудитория совпадает с нашей.

**Результат проекта** можно измерить: взаимодействие с контентом, комментарии и репосты говорят о формировании лояльной аудитории положительно реагирующей на деятельность нашей организации и в отдельных случаях, появление людей, защищающих интересы школы, как свои собственные, так называемые «адвокаты бренда».

Я надеюсь, что инструмент, представленный Вам, поможет административному аппарату школы эффективнее информировать участников образовательного процесса и тем самым улучшать целевые показатели эффективной школы.

ПРИЛОЖЕНИЕ

к протоколу заседания Совета

по стратегии развития школы 2030 и приоритетным проектам

от «17» февраля 2022 г. №

П А С П О Р Т

**проекта «Медиахолдинг 2030»**

1. Основные положения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Краткое наименование проекта | «Медиахолдинг 2030» | Срок начала и окончания проекта | 1 сентября 2021 — 31 мая 2022 |
| Куратор | Амелина Лариса Васильевна, заместитель директора по содержанию образования |
| Руководитель проекта | Слободин Андрей Андреевич, руководитель «Медиацентра 2030» |
| Участники проекта | Руководители школьных СМИ, педагоги дополнительного образования, ученики ГБОУ Школа № 2030, родители учащихся ГБОУ Школы № 2030, участники проектов «Радио 203,0 FM», «Интернет-телеканал ОДТВ», внешние партнёры. |

2. Содержание приоритетного проекта

|  |  |
| --- | --- |
| Цель проекта  | Создание условий для формирования управленческих, коммуникативных, корпоративных, предпрофессиональных компетенций обучающихся посредством объединения школьных средств массовой информации под эгидой управляющего центра - «Медиахолдинг 2030» для трансляции единой информационной политики и усиление авторитета ГБОУ Школа № 2030 в сети Интернет |
| Задачи проекта | 1. Создать креативную группу проекта «Медиахолдинг 2030»
2. Создать механизм взаимодействия участников образовательного процесса с «Медиахолдингом 2030»
3. Анализ работы действующих школьных средств массовой информации
4. Сегментация целевой аудитории в разрезе производимого контента для внутренних и внешних потребителей
5. Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках
6. Формирование предложений по увеличению охвата и заинтересованности аудитории
7. Разработка требований к формату выпускаемого контента
8. Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента
9. Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле
10. Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030
 |
| Показатели проекта и их значения по месяцам | Показатель | Тип показателя | Базовое значение | Период, год |  |  |  |  |  |  |
| Сентябрь2021 | Октябрь2021 | Ноябрь2021 | Декабрь2021 | Январь2022 | Февраль2022 | Март2022 | Апрель2022 | Май2022 |
| 1. Привлечение аудитории | количественный | 1300 | 100 | 150 | 150 | 200 | 100 | 150 | 150 | 100 | 200 |
| 2. Охват | количественный | 200000 | 1500 | 2000 | 2000 | 3500 | 1500 | 2000 | 2000 | 1500 | 4000 |
| 3. Виды контента | количественный | 17 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4. Положительные отзывы | количественный | 13500 | 1000 | 1500 | 1500 | 2000 | 1000 | 1500 | 1500 | 1500 | 2000 |
| 5. «Адвокаты бренда» | количественный | 15% | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Результаты проекта | 1. Выпускаемые виды контента удовлетворяют внутренних и внешних потребителей2. Более 80% участников образовательного процесса положительно отзываются о деятельности ГБОУ Школа № 20303. Более 15% участников образовательного процесса стали «адвокатами бренда» ГБОУ Школа № 2030 |

3. Этапы и контрольные точки

| № п/п | Наименование | Срок |
| --- | --- | --- |
| 1. | Этап 1. Проект инициирован. |  |
| 1.1. | Разработан паспорт проекта, определены источники и механизмы финансирования. | 1 сентября 2021 |
| 1.2. | Сформирована рабочая группа проекта. | До 10 сентября 2021 |
| 1.3. | Скорректирован и утвержден план реализации проекта на 2 полугодие 2021 года. | До 30 сентября 2021 |
| 1.4. | Разработка положения о Медиацентре Школы 2030 | 30 сентября 2021 |
| 2. | Этап 2. Реализация проекта |  |
| 2.1. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Сентябрь, 2021 |
| 2.2. | Сегментация целевой аудитории в разрезе производимого контента для внутренних и внешних потребителей | 30 Сентябрь, 2021 |
| 2.3. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 30 Сентябрь, 2021 |
| 2.4. | Разработка требований к формату выпускаемого контента | 30 Сентябрь, 2021 |
| 2.5. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 1 Октябрь, 2021 |
| 2.6. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 1 Октябрь, 2021 |
| 2.7. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Октябрь, 2021 |
| 2.8. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 31 Октябрь, 2021 |
| 2.9. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 1 Ноябрь, 2021 |
| 2.10. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 1 Ноябрь, 2021 |
| 2.11. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Ноябрь, 2021 |
| 2.12. | Анализ работы действующих школьных средств массовой информации | 30 Ноябрь, 2021 |
| 2.13. | Формирование предложений по увеличению охвата и заинтересованности аудитории | 30 Ноябрь, 2021 |
| 2.14. | Сегментация целевой аудитории в разрезе производимого контента для внутренних и внешних потребителей | 30 Ноябрь, 2021 |
| 2.15. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 30 Ноябрь, 2021 |
| 2.16. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 1 Декабрь, 2021 |
| 2.17. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 1 Декабрь, 2021 |
| 2.18. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Декабрь, 2021 |
| 2.19. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 31 Декабрь, 2021 |
| 2.20. | Разработка требований к формату выпускаемого контента | 31 Декабрь, 2021 |
| 2.21. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 10 Январь, 2022 |
| 2.22. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 10 Январь, 2022 |
| 2.23. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Январь, 2022 |
| 2.24. | Скорректированы и утверждены: паспорт проекта, источники и механизмы финансирования | 26 января 2022 |
| 2.25. | Сегментация целевой аудитории в разрезе производимого контента для внутренних и внешних потребителей | 31 Январь, 2022 |
| 2.26. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 31 Январь, 2022 |
| 2.27. | Скорректирован и утвержден сводный план реализации проекта на 1 полугодие 2022 года. | До 31 января 2022 |
| 2.28. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 1 Февраль, 2022 |
| 2.29. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 1 Февраль, 2022 |
| 2.30. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Февраль, 2022 |
| 2.31. | Анализ работы действующих школьных средств массовой информации | 28 Февраль, 2022 |
| 2.32. | Формирование предложений по увеличению охвата и заинтересованности аудитории | 28 Февраль, 2022 |
| 2.33. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 28 Февраль, 2022 |
| 2.34. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 1 Март, 2022 |
| 2.35. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 1 Март, 2022 |
| 2.36. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Март, 2022 |
| 2.37. | Сегментация целевой аудитории в разрезе производимого контента для внутренних и внешних потребителей | 31 Март, 2022 |
| 2.38. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 31 Март, 2022 |
| 2.39. | Разработка требований к формату выпускаемого контента | 31 Март, 2022 |
| 2.40. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 1 Апрель, 2022 |
| 2.41. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 1 Апрель, 2022 |
| 2.42. | Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле | 20 Апрель, 2022 |
| 2.43. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 30 Апрель, 2022 |
| 2.44. | Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента | 1 Май, 2022 |
| 2.45. | Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 2030 | 1 Май, 2022 |
| 2.46. | Анализ работы действующих школьных средств массовой информации | 31 Май, 2022 |
| 2.47. | Формирование предложений по увеличению охвата и заинтересованности аудитории | 31 Май, 2022 |
| 2.48. | Сегментация целевой аудитории в разрезе производимого контента для внутренних и внешних потребителей | 31 Май, 2022 |
| 2.49. | Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках | 31 Май, 2022 |
| 3. | Формирование отчета. Завершение проекта. |  |
| 3.1. | Достигнуты целевые показатели проекта, обеспечивающие системное влияние на информационное поле, осуществлен мониторинг показателей реализации проекта. Проект завершен (итоговый отчет утвержден) | До 10 июня 2022 |

4. Бюджет приоритетного проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п.п | Источник финансирования | Этап реализации | Всего  |
| 1. | ГБОУ Школа № 2030 | За весь период реализации проекта | Закупка и модернизация оборудования, необходимого для производства контента (по заявкам) |
| 2. | Партнеры ГБОУ Школа № 2030 | За весь период реализации проекта  | Информационный бартер |
| 3. | Рекламные интеграции | За весь период реализации проекта | Информационный бартерРекламная продукция |

5. Ключевые риски и возможности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование риска / возможности | Мероприятия по предупреждению риска / реализации возможности |
|  1. | Несогласие родителей на проведение съемки и публикацию фото и видеоматериалов их детей | Через классного руководителя получать у родителей согласие на проведение съемки и публикацию фото и видеоматериалов их детей. |
| 2. | Риск травли участников образовательного процесса в социальных сетях (кибербуллинг) | Мониторинг комментариев в социальных сетях и реакция на них |
| 3. | Отсутствие вовлеченности участников образовательного процесса в общественную жизнь школы | Формирование предложений по увеличению охвата и заинтересованности аудитории |
| 4. | Отсутствие положительных отзывов | Увеличение информационного потока, освещение деятельности ГБОУ Школа № 2030 |

 6.Распределение зон ответственности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п.п | Ф.И.О. Ответственного лица  | Зона ответственности  |
| 1. | Слободин А.А. | 1. Ведение проектной документации.2. Ведение переговоров с партнерами школы и потенциальными информационными спонсорами.3. Мониторинг работы школьных средств массовой информации4. Утверждение предложений креативной группы по увеличению охвата и заинтересованности аудитории5. Утверждение требований к формату выпускаемого контента откреативной группы6. Формирование запроса к школьным СМИ по видам выпускаемого контента7. Разработка плана ключевых событий для отражения в информационном поле8. Формирование предложений к контент-планам школьных СМИ на основе плана работы ГБОУ Школа 20309. Контроль контента на соблюдение прав участников образовательного процесса10. Написание отчёта. |
| 2. | Креативная группа «Медиахолдинга 2030» | 1. Разработка стратегии продвижения продукта/проекта на внешних и внутренних рынках2. Формирование предложений по увеличению охвата и заинтересованности аудитории3. Разработка требований к формату выпускаемого контента4. Формирование предложений к школьным СМИ по видам выпускаемого контента |
| 3. | Железкина В.А. | 1. Публикация контента в социальных сетях ГБОУ Школа № 20302. Взаимодействие с аудиторией социальных сетей3. Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках4. Мониторинг комментариев в социальных сетях и реакция на них |
| 4. | Бочарова В.М.Кушнов С.И. | 1. Редакция всех публикуемых материалов и их адаптация для печатных, радио и телевизионных продуктов2. Работа над дикцией и артикуляцией. Адаптация материала для радио и телевизионных продуктов3. Разработка методических материалов в помощь начинающим участникам проекта |
| 5. | Карпушина Т.В. | 1. Публикация контента радио «203,0 FM» в социальных сетях2. Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках3. Формирование контент-плана радио «203,0 FM» с учетом плана ключевых событий ГБОУ Школа № 2030 |
| 6. | Лапин Д.А. | 1. Публикация контента интернет-журнала «Ровно в 2030» в социальных сетях2. Анализ взаимодействия с контентом на внутренних и внешних рынках3. Формирование контент-плана интернет-журнала «Ровно в 2030» с учетом плана ключевых событий ГБОУ Школа № 2030 |