ПРОГРАММА ВЕБИНАРА 21.06.2023

**«Социальные сети в деятельности органов публичной власти, подведомственных организаций и официальных лиц:**

**адаптация к новым способам взаимодействия»**

*(8 академических часов)*

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** | **Новации и изменения в нормативном регулировании деятельности органов публичной власти в современных социальных медиа** (организация работы официальных порталов органов публичной власти, социальные сети Одноклассники и ВКонтакте). |
| **2.** | **Общие алгоритмы работы социальных сетей** (ВКонтакте, Одноклассники) **органов публичной власти, подведомственных учреждений и официальных лиц** |
| **–** | создание контента для социальных сетей. Требования, предъявляемые к официальному контенту органов публичной власти; |
| **–** | визуальное оформление социальных сетей. Ограничения при работе с оформлением социальных сетей органов публичной власти; |
| **–** | виды тем: актуальные, виральные, горячие темы. Правила работы с разными видами новостных сюжетов; |
| **–** | организация работы с аудиторией органов публичной власти. |
| **3.** | **Организация работы с социальными медиа Одноклассники, ВКонтакте** **и в Telegram.** Особенности подготовки и создания контента для каждой из цифровых площадок. Требования, предъявляемые к контенту. Порядок размещения и работы с контентом на каждой площадке. |
| **4.** | **Принципы позиционирования официальных лиц, органов публичной власти и организаций в социальных медиа.** |
| **5.** | **Инфлюенсеры. Построение СММ-стратегии органа публичной власти и персональной СММ-стратегии официального лица. Формирования «личного бренда» для руководителя и организации.** |
| **6.** | **Особенности и правила общения в социальных медиа** |
| **–** | проблемы восприятия в социальных сетях; |
| **–** | составляющие поста: текстовые и визуальные. Правила написания текстов для социальных сетей. Требования к визуальной составляющей публикации; |
| **–** | контент-план органа публичной власти. Правила разработки, заполнения и реализации контент-плана; |
| **–** | правила частоты публикаций (постинга). Виды публикаций (постов): самопрезентация, пост - анонс, пост - рубрика, пост - обзор, пост - инструкция, пост с мемами и др. Оптимальное время и частота публикаций информационных постов; |
| **–** | работа с критикой в социальных сетях. Троллинг и методы борьбы с ним; |
| **–** | типы хештегови методы работы с ними в разных социальных медиа. |
| **7.** | **Организация работы с сообществами (коммьюнити).** Установление правил сообщества. Стимулирование сообщества. Механизмы развития социального сообщества. |
| **8.** | **Ответы на вопросы.** |