

**Муниципальное казённое учреждение
дополнительного образования
РАЙОННЫЙ ДОМ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА
(МКУДО РДТ)**

План-конспект

**Мастер-класс
«Как написать пост в Инстаграмме»
для педагогов дополнительного образования**



Автор: Лисконог Татьяна Алексеевна
педагог дополнительного образования,
руководитель объединения
«Видеостудия «Новое поколение»

**Село Мильково
Камчатский край
2020 год**

СОДЕРЖАНИЕ

№	Название	Стр.
1	Содержание	2
2	Методическая информация: тема, дата, аудитория, цель, задачи, форма, оснащение, место проведения, источники	3
3	План	4
4	Конспект	5
5	Приложения	
	1. Памятка по созданию поста в соцсетях	12
	2. 7 элементов успешного поста	13
	3. Словарь терминов	14
	4. Пост-задание	15

Тема мастер-класса: «Как написать пост в Инстаграмме»

Дата проведения: 06 ноября 2020 года в рамках Педагогической мастерской РДДТ

Целевая аудитория: педагоги ОО (возможно проводить такой мастер-класс для учащихся 7-11 классов, их родителей, специалистов культурно-образовательной сферы)

Цель мастер-класса: Познакомить с особенностями деятельности образовательного учреждения в социальной сети Инстаграмм

Задачи:

- Познакомить с возможностями социальной сети Инстаграмм
- Познакомить с базовыми основами написания поста в аккаунте образовательного учреждения или объединения

Форма: мастер-класс с демонстрацией педагогом, а затем выполнением практической работы его участниками, *организованное взаимодействие педагога и участников в ходе выполнения практической части.*

Форма организации работы: групповая

Материально-техническое оснащение занятия: демонстрационные монитор и ноутбук, презентация о Инстаграмме

Раздаточный материал: карточка с заданием, памятки по написанию поста, словарь терминов,

Место проведения: кабинет-гостиная «Зелёная лампа»

Источники информации: Википедия, советы по составлению постов в Интернете

МАСТЕР-КЛАСС
«Как написать пост в Инстаграмм»
для педагогов дополнительного образования

ПЛАН

1. ВВЕДЕНИЕ: Что такое Инстаграмм, в чем его преимущества перед другими социальными сетями

- **Что такое социальная сеть**
- **Современные социальные сети в России**
- **История создания Инстаграмма**
- **Преимущества Инстаграмма**

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ: Аккаунт РДДТ, работа над постами

- **Анализ аккаунта РДДТ в Инстаграмме**
- **Пост в Инстаграмме: Что такое пост в соцсетях и как его написать**
- **Практическое задание: переписать пост, создать хэштег**

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- **Ответы на возникшие вопросы**

КОНСПЕКТ

1. ВВЕДЕНИЕ

Что такое Инстаграмм, в чем его преимущества перед другими социальными сетями

Работа со словарем терминов

INSTAGRAM – социальная сеть, в которой можно делиться разнообразными материалами, общаться с друзьями, вести бизнес-страницу. Его также часто называют фотосетью, потому что основной контент здесь – фотографии.

• Что такое социальная сеть

Социальная сеть — онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, также для развлечения (музыка, фильмы) и работы.

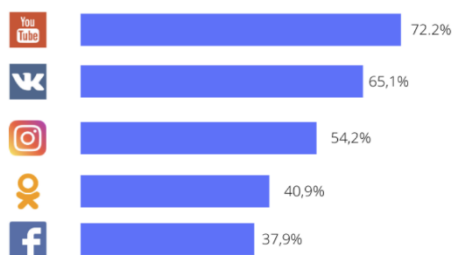
Мессенджер (с английского Message — сообщение) - Сервис обмена мгновенными сообщениями,

Вопросы педагогам:

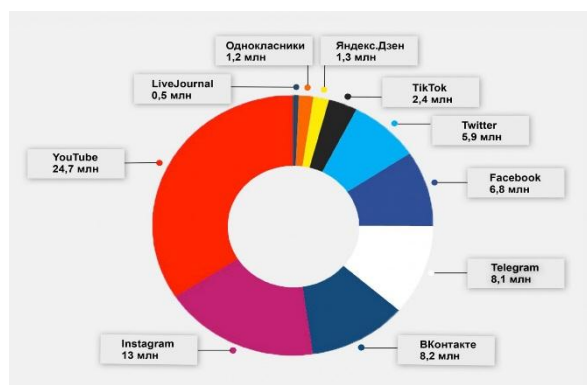
В чем разница между соцсетью и мессенджером?

Что является чем: WhatsApp, Инстаграмм, Фэйсбук, Вконтакте

• Современные социальные сети в России (инфографика)



Источник: Mediascope, март 2020, Россия (города 100K+, 12-64 лет), desktop + mobile, % населения страны, % интернет-аудитории с соответствующим достатком.



- **История создания Инстаграмма (Слайд)**



Создатели:
Кевин Систром и
Майк Кригер (США)

Их идея: нужен сервис, который мог бы преобразжать даже самые некачественные фото и делать их крайне привлекательными. Первая версия Instagram, которую выложили в AppStore (сначала приложение было доступно только для продуктов «Эппл») ночью 6 октября 2010 года. В апреле 2012 года была запущена долгожданная версия для Android. 9 апреля 2012 года «Инстаграм» был куплен Марком Цукербергом за \$1 млрд

- **Преимущества Инстаграмма**

Возможности Инстаграма:

делиться фотографиями и видеозаписями, быстро выкладывая их с телефона на свою персональную страничку;
делать описания к изображениям, делиться мыслями и эмоциями;
снимать короткие видео по 15 секунд и фото в реальном времени, размещать их в Сторис;
обрабатывать изображения, добавлять стикеры, смайлы, графические эффекты, геолокацию, хэштеги;
проводить прямые эфиры для всех желающих;
подписываться и следить за новостями интересных людей; общаться посредством комментариев и личных сообщений в Директе;
проводить опросы;
своевременно участвовать в новых проектах, трендах, челленджах и т. д.;
продвигать свой бренд, демонстрировать свою деятельность.

Обмен информацией в Instagram все больше приближается к живому общению, неформальному и в режиме быстрого взаимодействия, реального времени,

Вопросы педагогам:

У кого есть аккаунт в Инстаграмме?

Кто с родителями или учащимися общается в нем? (бывшими выпускниками)

Какие варианты такого общения у вас бывают?

2. Основная часть.

Анализ аккаунта РДДТ в Инстаграмме

Аудитория

254 подписчика, работники РДДТ -17 чел, организации: Библиотека, ФОК Сокол, Центр для несовершеннолетних, Краевой центр социальной помощи, Усть-Камчатский центр соцзащиты, Мильковский Дом-интернат для пожилых Дом культуры Долиновка, детсад Тополек, библиотека п.Лазо Соснина, Товстоган, Курлыгина, Лопато, Проценко, Завед дсад Ручеёк, специалистов СЦРН, специалисты библиотеки, школы 1, родители, дети, жители села и не за пределами

В каком виде информация об учреждении и объединениях:

В шапке профиля: Фото, направление, название, ссылка на сайт

Виды публикации в Инсте

Новостные посты, объявления, видео по календарным датам и рекламное

Пост в Инстаграмме

- **Что такое пост в социальных сетях**

Работа со словарем терминов

Пост в социальных сетях – это запись, оставленная на стене личного аккаунта или группы, то есть, это короткое сообщение.

Инстаграм — платформа визуального контента. Но это не значит, что текст под фото никто не читает и он не важен. Его не только читают, но и при правильном написании ещё и взаимодействуют с подписчиками, собирают отклики, эмоциональную и другую реакцию.

Написание поста в любой социальной сети, это целое направление в современной профессиональной деятельности. Новый вид профессии.

Вопросы педагогам:

Как называется знаете?

Копирайтинг — написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга. Это тексты, которые стимулируют рост продаж или популяризируют товар, компанию, услугу, человека или идею. Копирайтеры — люди, которые пишут текст с целью рекламы или других форм маркетинга. В том числе профессиональные копирайтеры пишут тексты постов для соцсетей и ведут аккаунты.

Аккаунт — это учетная запись на каком-либо ресурсе, страница в социальных сетях

Директ (Direct)– это своеобразная разновидность мессенджера для личных и групповых переписок. Директ в инстаграме позволяет вам лично отправить пользователю фото, видео, сообщение и при этом увидите это только вы и ваш собеседник. В ленте ваша публикация никак не отобразится

Сторис (Stories) — это функция, с помощью которой можно выкладывать фотографии и короткие видеоролики, длиной в 15-секунд, добавлять к ним текстовые пометки и эмодзи. Ключевая особенность контента сториз – он исчезает спустя 24 часа. ... Пользователи имеют больше интереса к фото и видео, которые вскоре удалятся навсегда.

Instagram запустил функцию, которая позволяет пользователям выкладывать до 10 фото и видео в одной публикации в виде **«карусели»**. ... В ленте **«карусели»** будут помечаться тремя точками в нижней части публикации, переключаться между фото и видео можно с помощью свайпов влево или вправо.

Свайп - это заимствование английского слова **swipe**, пришедшего к нам в язык вместе со всеми В переводе на русский **swipe** означает «смахивать», то есть как бы сметать пальчиком в сторону, проводя им по экрану смартфона.

Комментарии в Instagram – это один из самых важных элементов коммуникации с аудиторией.

Контéнт (content) информационное содержание (тексты, графическая, звуковая информация и др.), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др.

Пост в соцсетях состоит из следующих частей

(Памятка)

- заголовок
- описание
- изображение или видео
- хештег
- если есть необходимость, то можно ещё использовать и опрос, ссылки, адреса других аккаунтов

Хэштег — ключевое слово или несколько слов сообщения, тег (пометка), используемый в микроблогах и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию и начинающийся со знака решётки.
(Слайд)

Как написать пост

Когда стало понятно, что такое пост в социальных сетях, нужно разобраться в том, как делать его правильно. От правильности выполнения зависит положительный эффект, принесённый сайту. Для того, чтобы пост был эффективным, необходимо верно использовать все его части.

Заголовок поста должен быть коротким и содержательным. С первых слов должно быть понятно, о чём пост, и в нём должно быть что-то привлекательное. Желательно использовать в заголовке ключевую фразу.

Описание – это самая большая часть поста. В нём тоже нужно применить ключевую фразу. Описание нужно составить так, чтобы было понятно, о чём контент по ссылке в посте. При этом следует использовать какие-либо цепляющие и привлекательные фразы. Многие социальные сети ограничивают количество символов для описания. *Лимит текста в Инстаграмм – 2200 знаков*. Поэтому здесь следует быть кратким и содержательным.

Картинку для поста следует подобрать так же, как и текст – привлекательную и тематическую. Изображение – это первое, что привлечёт взгляд пользователя, поэтому картинка должна зацепить его внимание, вызвать желание прочесть описание.

Некоторые социальные сети позволяют использовать хештеги – ключевые фразы, по которым можно искать и группировать разные посты в социальных сетях. Например, во ВКонтакте и Twitter можно применять хештеги. Если есть такая возможность, то не нужно её игнорировать.

Некоторые социальные сети позволяют использовать в постах опросы – каждый пользователь может проголосовать, выбрав вариант среди нескольких. Это помогает улучшить вовлеченность и распространение поста. Поэтому рекомендуется применять опросы.

Чтобы научиться писать классные посты нужно сначала разобраться, какие вообще они бывают. (Слайд)

- **Информационный** — текст, в котором делятся полезной информацией.
- **Развлекательный** — поднимает настроение подписчиков, вызывает положительные эмоции.
- **Вовлекающий** — побуждает читателей на общение: опросы, викторины, игры, просьба написать своё мнение.
- **Экспертный** — описание того, в чём хорошо разбирается блогер.

- Провокационный — пост на современные, злободневные темы
- Благодарственный — в качестве рекламы можно написать отзыв-благодарность за хорошо выполненную работу, качественный товар.
- Пост-опрос — можно опросить подписчиков, что они думают по той или иной тематике.

Чтобы написать пост на любую тему, для начала нужно понять, на какую целевую аудиторию он будет направлен

Вопросы педагогам:

Какие посты у нас в аккаунте РДДТ?

Каких не хватает?

Чтобы он получился «вкусным» для подписчиков есть свои особенности:

(Памятка)

- Неформальный тон
- Эффектное вступление
- Не нагромождайте. Одна мысль — одна публикация. Не пытайтесь «объять необъятное».
- Сокращайте. Напишите пост в заметках или в другом черновике. Перечитайте его несколько раз и сотрите ненужные детали. То есть всё, что можно удалить без потери смысла смело удаляйте. Длинные слова и деепричастные обороты делают текст сложным для восприятия. Это называется "высушить" текст. Так он получится интереснее и легче.
- Расскажите вслух. Напишите так, как если бы вы рассказывали текст вслух. Если не знаете, как это сделать, сначала напишите текст. Потом прочитайте его с выражением. Звучит? Значит, всё правильно сделали.
- Вовлекайтесь сами. Пишите о темах, о которых сами не можете молчать. Научитесь вовлекаться во все темы, с которыми работаете. Ищите материалы, находите интересные части и пишите о них.
- Абзацы. Делайте отступы между абзацами. В другом случае текст сольётся в набор букв и его будет неудобно читать.
- Призывайте. Используйте обращения! В конце текста спросите что-нибудь у подписчиков.
- Активно используйте в тексте смайлики и гифки.

3. Практическое задание: переписать пост, создать хэштег

Памятка

Возможная структура текста поста:

- Заголовок или первая фраза — привлекаем внимание подписчиков к публикации.
- Основной контент (история, случай, мысль, инструкция) — развлечение.
- Обучение (мудрость, вывод, совет) — даём лёгкое и непринуждённое обучение.
- Обращение (призываем к действию) — завершение поста.

Пост-задание (карточка)

Чтобы вы исправили в данном посте?

Подходит ли фотография к этому посту?

Напишите свой текст к этому посту.



В конце октября этого года в РДДТ прошёл районный конкурс «Эколог года2020». Традиционно в нём приняли участи все образовательные организации и учреждения нашего Мильковского района. Более 100 юных экологов стали призёрами конкурса. Всего на конкурс было представлено 350 работ от 480 учащихся. Поздравляем победителей! Ждём новые работы и проекты на тему экологии и охраны природы в следующем году.

4. Ответы на вопросы

Памятка по созданию поста в соцсетях

Пост в соцсетях состоит из следующих частей

1. заголовок
2. описание
3. изображение или видео
4. хештег
5. если есть необходимость, то можно ещё использовать и опрос, ссылки, адреса других аккаунтов

Советы по написанию интересного поста

- *Используйте эффектное вступление и неформальный тон*
- *Не нагромождайте. Одна мысль — одна публикация. Не пытайтесь «объять необъятное».*
- *Сокращайте. Напишите пост в заметках или в другом черновике. Перечитайте его несколько раз и сотрите ненужные детали. То есть всё, что можно удалить без потери смысла смело удаляйте. Длинные слова и деепричастные обороты делают текст сложным для восприятия. Это называется "высушить" текст. Так он получится интереснее и легче.*
- *Расскажите вслух. Напишите так, как если бы вы рассказывали текст вслух. Если не знаете, как это сделать, сначала напишите текст. Потом прочитайте его с выражением. Звучит? Значит, всё правильно сделали.*
- *Вовлекайтесь сами. Пишите о темах, о которых сами не можете молчать. Научитесь вовлекаться во все темы, с которыми работаете. Ищите материалы, находите интересные части и пишите о них.*
- *Абзацы. Делайте отступы между абзацами. В другом случае текст сольётся в набор букв и его будет неудобно читать.*
- *Призывайте. Используйте обращения! В конце текста спросите что-нибудь у подписчиков.*
- *Активно используйте в тексте смайлики и гифки.*

Возможная структура текста поста:

- *Заголовок или первая фраза — привлекаем внимание подписчиков к публикации.*
- *Основной контент (история, случай, мысль, инструкция) — развлечение.*
- *Обучение (мудрость, вывод, совет) — даём лёгкое и непринуждённое обучение.*
- *Обращение (призываем к действию) — завершение поста.*



7 элементов успешного поста Instagram

@olga_copy.writer

01

ВЫБОР ТЕМЫ ПОСТА

Какая цель вашего текста – зачем вы пишете этот пост. Варианты ответов: анонс / продажа услуги или товара; нужен совет; хотите поделиться своими эмоциями.

03

ЦЕПЛЯЮЩИЙ ЗАГОЛОВОК

Заголовок текста для Инстаграм должен привлекать и вызывать интерес подписчиков. Чтобы пользователи прочитали ваш пост, придумайте интригующее начало.

05

СОДЕРЖАНИЕ ПОСТА: АНОНС

В первом абзаце текста сделайте краткий анонс поста, напишите основную суть вашего обращения к пользователям.

07

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

Заключительная часть зависит от тематики и цели, которую вы ставили при написании текста: призыв к действию, вопрос, выводы.

02

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦА

Кто ваши читатели – для кого вы пишете пост в Инстаграм. Учитывайте интересы целевой аудитории и как подписчики будут воспринимать информацию.

04

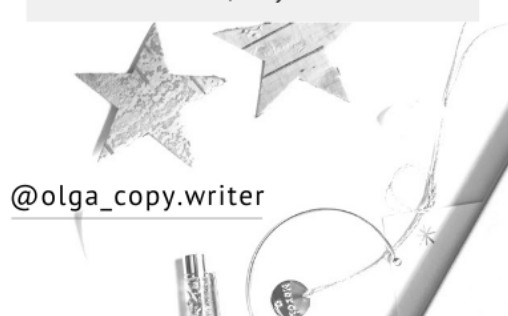
ЛОГИЧНАЯ СТРУКТУРА

Разделите текст на смысловые блоки. Каждый блок – это отдельный абзац. Используйте списки и перечисления для лучшего восприятия текста.

06

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Что конкретно вы предлагаете, в чем ценность поста и польза для читателя. Преимущества услуг/товаров и выгоды для потенциального клиента/покупателя.



@olga_copy.writer

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

INSTAGRAM – социальная сеть, в которой можно делиться разнообразными материалами, общаться с друзьями, вести бизнес-страницу. Его также часто называют фотосетью, потому что основной контент здесь – фотографии.

Социальная сеть — онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, также для развлечения (музыка, фильмы) и работы.

Мессенджер (с английского Message — сообщение) - Сервис обмена мгновенными сообщениями,

Пост в социальных сетях – это запись, оставленная на стене личного аккаунта или группы, то есть, это короткое сообщение.

Копирайтинг — написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга. Это тексты, которые стимулируют рост продаж или популяризируют товар, компанию, услугу, человека или идею. Копирайтеры — люди, которые пишут текст с целью рекламы или других форм маркетинга. В том числе профессиональные копирайтеры пишут тексты постов для соцсетей и ведут аккаунты.

Аккаунт — это учетная запись на каком-либо ресурсе, страница в социальных сетях

Директ (Direct)– это своеобразная разновидность мессенджера для личных и групповых переписок. Директ в инстаграме позволяет вам лично отправить пользователю фото, видео, сообщение и при этом увидите это только вы и ваш собеседник. В ленте ваша публикация никак не отобразится

Сторис (Stories) — это функция, с помощью которой можно выкладывать фотографии и короткие видеоролики, длиной в 15-секунд, добавлять к ним текстовые пометки и эмодзи. Ключевая особенность контента сториз – он исчезает спустя 24 часа. ... Пользователи имеют больше интереса к фото и видео, которые вскоре удалятся навсегда.

Instagram запустил функцию, которая позволяет пользователям выкладывать до 10 фото и видео в одной публикации в виде «**Карусели**». ... В ленте «**карусели**» будут помечаться тремя точками в нижней части публикации, переключаться между фото и видео можно с помощью свайпов влево или вправо.

Свайп - это заимствование английского слова **swipe**, пришедшего к нам в язык вместе со всеми. В переводе на русский **swipe** означает «смахивать», то есть как бы сметать пальчиком в сторону, проводя им по экрану смартфона.

Комментарии в Instagram – это один из самых важных элементов коммуникации с аудиторией.

Контент (content) информационное содержание (тексты, графическая, звуковая информация и др.), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др.

Хэштег — ключевое слово или несколько слов сообщения, тег (пометка), используемый в микроблогах и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию и начинающийся со знака решётки.

Пост-задание

Чтобы вы исправили в данном посте?
Подходит ли фотография к этому посту?
Напишите свой текст к этому посту.



В конце октября этого года в РДДТ прошёл районный конкурс «Эколог года 2020». Традиционно в нём приняли участие все образовательные организации и учреждения нашего Мильковского района. Более 100 юных экологов стали призёрами конкурса. Всего на конкурс было представлено 350 работ от 480 учащихся. Поздравляем победителей! Ждём новые работы и проекты на тему экологии и охраны природы в следующем году.

This image shows a full page of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a template for handwriting practice or general note-taking. There are no margins, text, or other markings on the page.