



Утверждаю  
Начальник управления  
образования АСМР  
Н.В.Краевская  
\_\_\_\_\_ 2021 г.

## **Положение о проведении конкурса «Школьный инстаграмм»**

**Дата проведения:** 8 декабря 2021г.

**Место проведения:** МБОУ ДО «Центр детского творчества» Спасского района  
(адрес: с.Спасское, пер. Студенческий, 26).

**Приём заявок со ссылкой на профиль:** до 1 декабря 2021года

### **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1.1. Настоящее положение регламентирует статус, порядок проведения, требования к участникам и работам, критерии, условия подведения итогов конкурса «Школьный инстаграмм» (далее Конкурс).

1.2. Организаторами Конкурса являются МБОУ ДО «Центр детского творчества» Спасского района.

### **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОНКУРСА**

2.1. **Цель Конкурса** – повысить узнаваемость профиля образовательных учреждений.

2.2. **Задачи Конкурса:**

популяризация профиля «Школьный инстаграмм» в образовательных учреждениях;

совершенствование технических навыков в мультимедиа среде при ведении профиля в инстаграм;

### **3. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ**

3.1. Образовательное учреждение выставляет на конкурс свой профиль инстаграмм.

3.2. Тематика и содержание контента свободные.

3.3. Подробную информация о ведении профиля в инстаграмм см. в Приложении 2.

3.4. Ссылка на профиль в инстаграмм с заявкой высылается электронным письмом на адрес МБОУ ДО «Центр детского творчества»: [ddtsmr@yandex.ru](mailto:ddtsmr@yandex.ru)  
**до 1 декабря 2021года**

### **4. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОФИЛЮ**

4.1. Оформление канала: шапка профиля, никнейм, фото на аватаре и описание, актуальные истории. (см. Приложение 2).

4.2. Наличие контента (минимум 3 новости).

4.3. Охват, вовлеченность, переход на сайт.

- 5.1. Информация об образовательном учреждении.
- 5.2. Объем контента (количество информации).
- 5.3. Количество подписчиков.
- 5.4. Креативность профиля.

## **6. НАГРАЖДЕНИЕ**

6.1. По итогам Конкурса лучшим специалистам, оформлявшим профиль ОУ присуждаются 1,2,3 места. Победители и участники награждаются дипломами МБОУ ДО «ЦДТ» Спасского муниципального района.

## **7. ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ**

- 7.1. Заявки на участие в Конкурсе подаются в оргкомитет конкурса МБОУ ДО «Центр детского творчества» Спасского муниципального района (адрес: с. Спасское, пер. Студенческий, 26, тел. 39-1-93) **до 1 декабря 2021 года.**
- 7.2. Заявка на участие подается в электронной форме.
- 7.3. Заявки и работы, поступившие позже указанного срока, к участию не принимаются.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**  
В оргкомитет конкурса  
«Школьный инстаграмм»

**ЗАЯВКА**

Образовательное учреждение:

\_\_\_\_\_

просит включить в состав участников конкурса «Школьный инстаграмм»

№п/п	ОУ	Ссылка на профиль	Ф.И.О. специалиста, оформляющего профиль ОУ <b>должность</b> (полностью)

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

**Инстаграм** — это соцсеть для публикации фото, видео и текстового контента. Владельцы аккаунтов подписываются друг на друга и делятся разной информацией.

**Шапка** — это визитная карточка профиля. Ее обычно читают при первом посещении страницы, так что это отличная возможность заинтересовать новых посетителей. Как оформить шапку в Инстаграм, чтобы запомниться? Для этого необходимо придумать короткий никнейм, поработать с фото на аватаре и описанием.

**Никнейм** — это название аккаунта. Он используется как логин для входа в соцсеть, индексируется в поисковиках, первым отображается на странице профиля и пишется после @ в обращениях.

В качестве **аватара** для профиля ОУ стоит выбрать выразительное фото, хорошо выделяющееся на фоне.

Описание **профиля Инстаграм** ограничивается 150 символами, с учетом печатных знаков и эмодзи. Здесь можно коротко и креативно рассказать и добавить следующее:

- кто вы и чем занимаетесь;
- каковы увлечения учащихся;
- какие услуги предлагаете;
- объявления ОУ;
- адрес и контактные данные;
- ссылка на сайт.

Правильно оформленная шапка профиля дает точное представление о том, куда попал человек, что он найдет на странице.

**Актуальные истории (хайлайтс)** — хороший способ организовать информацию на странице и вынести вперед все самое важное. Визуально хайлайтс выглядят продолжением шапки профиля.

**1. Охват** — это число людей, которые просмотрели публикацию. Не путайте с «показами» — эта метрика считает все просмотры в ленте. То есть один и тот же пост пользователь может увидеть несколько раз, и каждый из них будет засчитан в «показы». Охват же отображает только уникальных пользователей.

По охвату вы можете приблизительно оценить, какой процент подписчиков видит ваши посты. Хороший показатель — 40%-60%. Причем, чем больше подписчиков, тем меньше будет становиться этот процент. Например, у аккаунта до 1000 подписчиков хорошим показателем будет 60%, а у аккаунта-миллионника даже 30% — достойная цифра.

**Взаимодействия с постом:** как много пользователей поставили лайк, прокомментировали, сохранили или сделали любое другое действие с постом.

**Время публикации.** Если пост размещен в пик активности подписчиков, его увидят больше людей.

**Хештеги и геолокация.** Даже если пользователь не подписан на вас, он может найти вас по хештегу или геометке.

## 2. Вовлеченность

Вовлеченность — это отношение количества комментариев и лайков, которые получают ваши публикации, к количеству подписчиков.

Некоторые относят к вовлеченности также сохранения и шэры.

Формула: Вовлеченность (ER, Engagement Rate) =  $\frac{\text{лайки} + \text{комментарии}}{\text{число подписчиков}} \times 100\%$

Например, если у вашего аккаунта 1500 подписчиков, а пост при этом набрал 100 лайков и 5 комментариев, то ER этого поста =  $\frac{105}{1500} \times 100\% = 7\%$

Хороший показатель вовлеченности: 5-10% и выше.

### **3. Переходы на сайт**

Аналитика Инстаграм не показывает общее количество кликов на ссылку в профиле — этот показатель придется высчитывать с помощью других инструментов.