

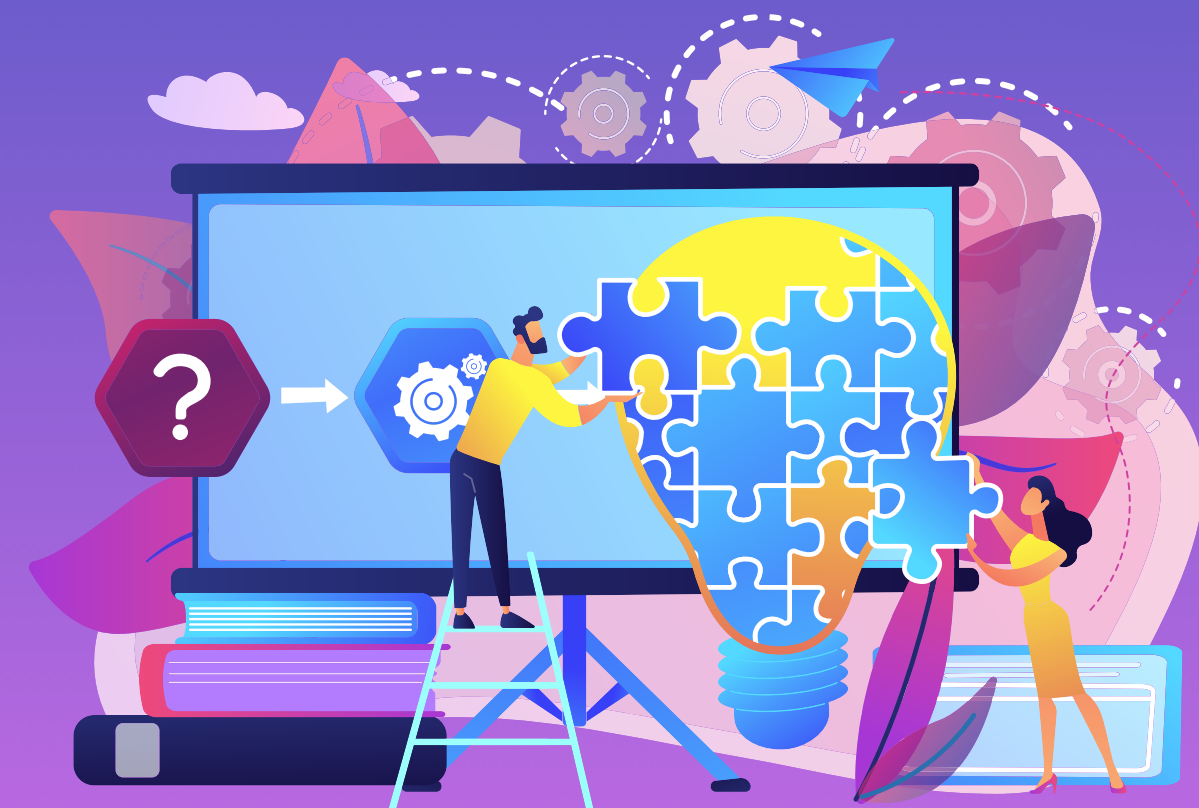


**Организация
медиасопровождения
детского отдыха**



Видеосвязь

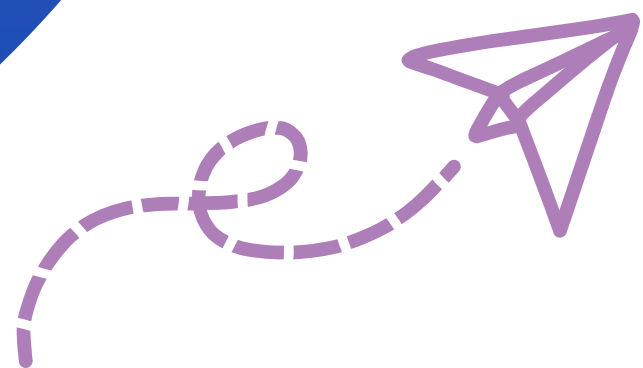
Впервые о видеосвязи задумывались писатели фантасты еще в начале 20-го века, до появления телевидения



1

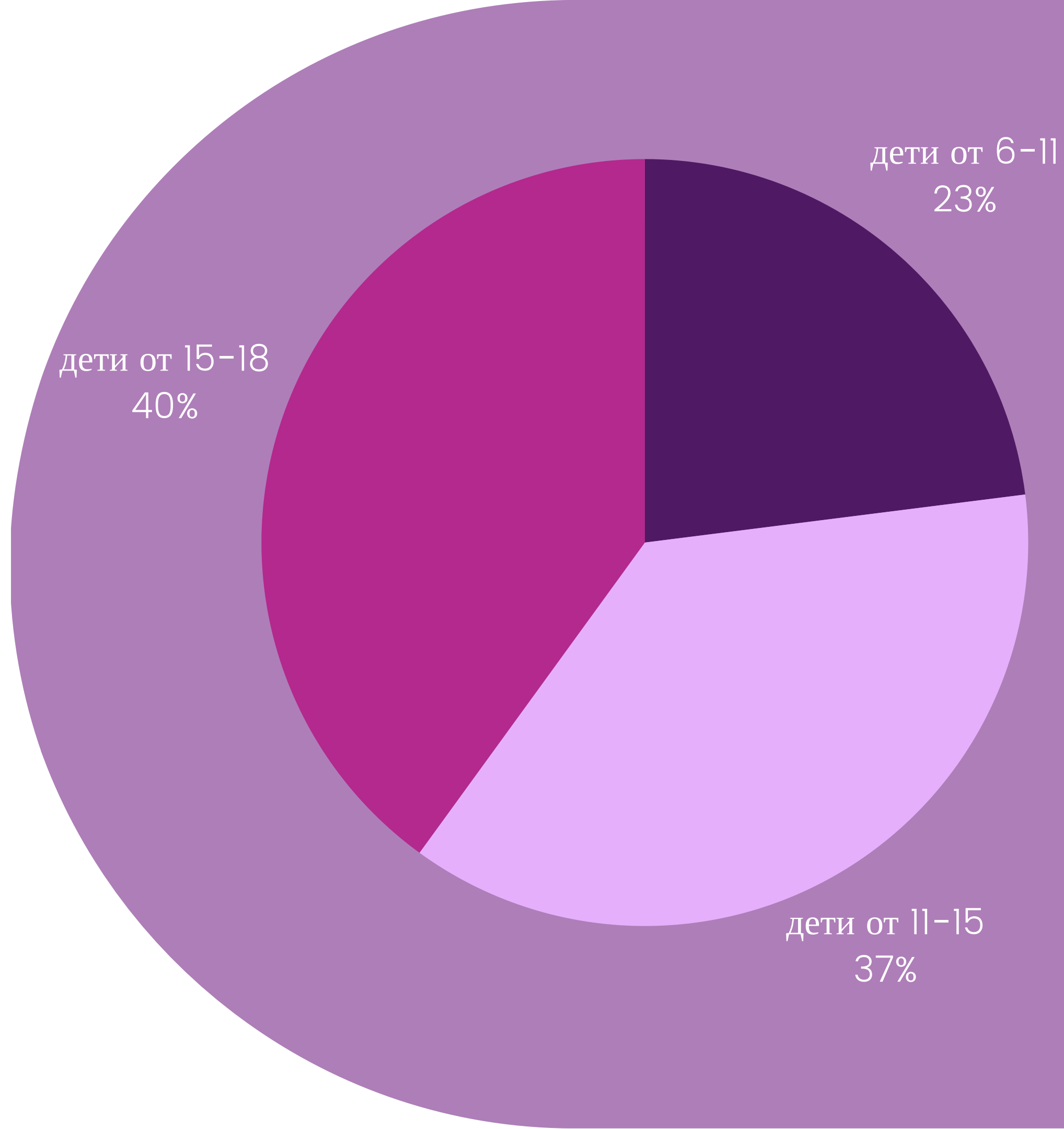


Немногие вспомнят,
немногие используют



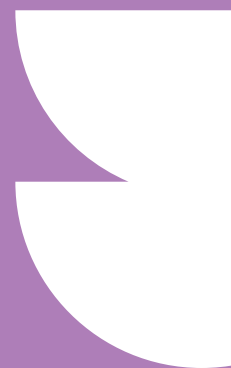
В среднем, человек смотрит на экран мобильного телефона до 160 раз в день





Зависимость от смартфонов

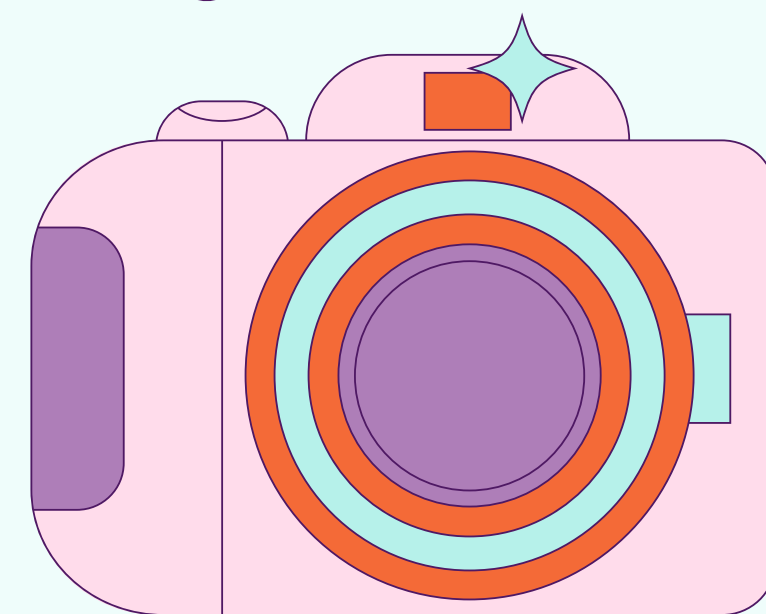
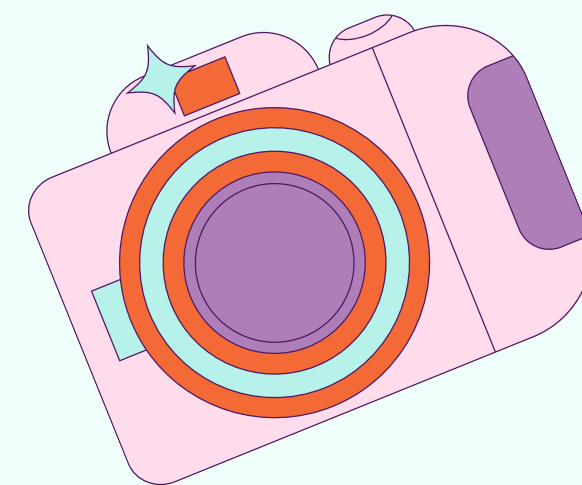
Чем старше школьники, тем выше процент зависимости



Организация интересного и доступного медиапространства для школьников - одна из приоритетных задач педагогов



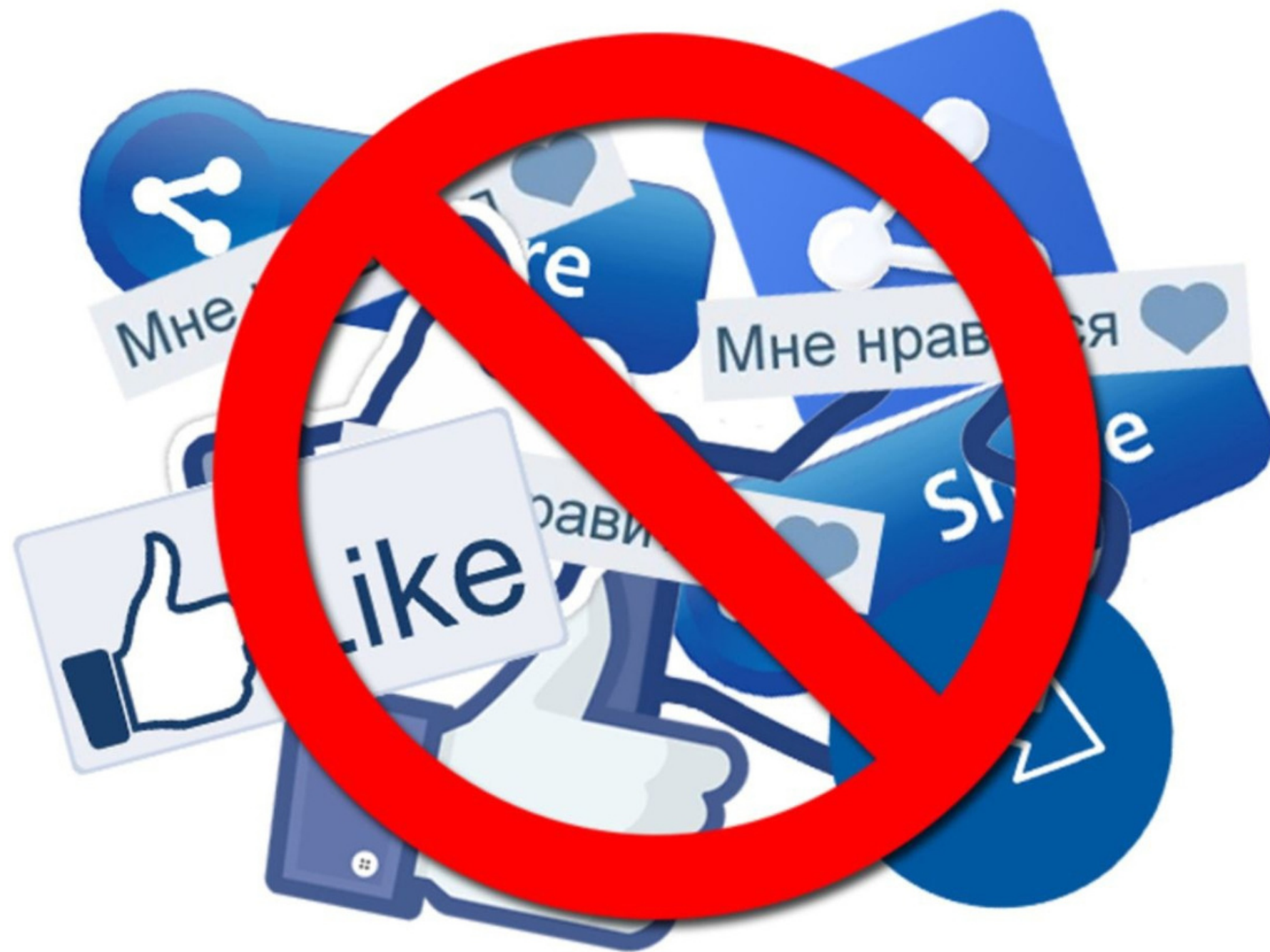
Возьмем за пример федеральные детские центры "Артек" и "Орленок"

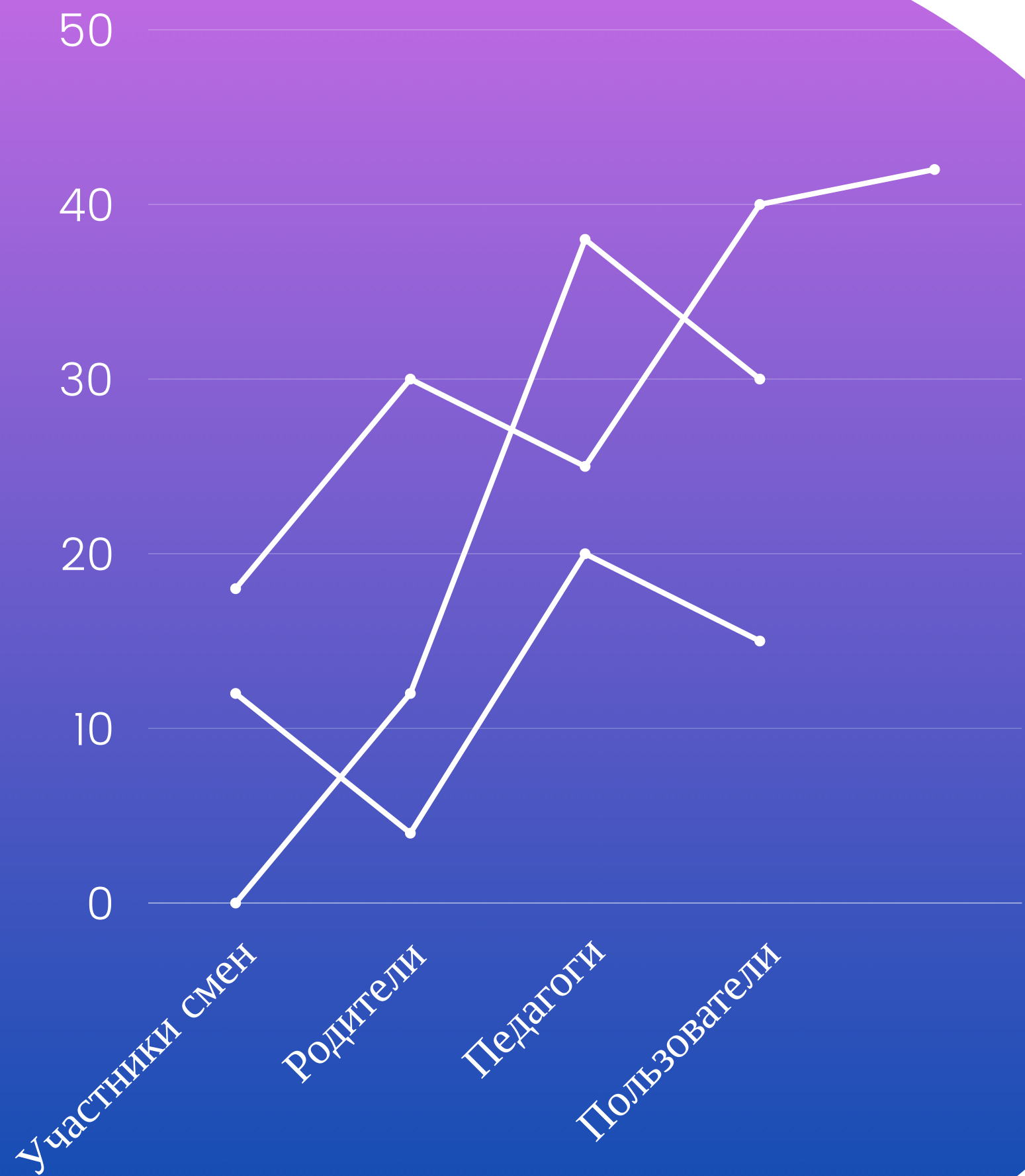


Детские интересы могут удивить

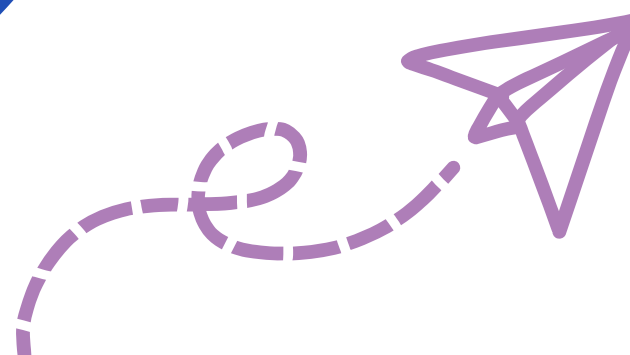


Ограничение - не запрет





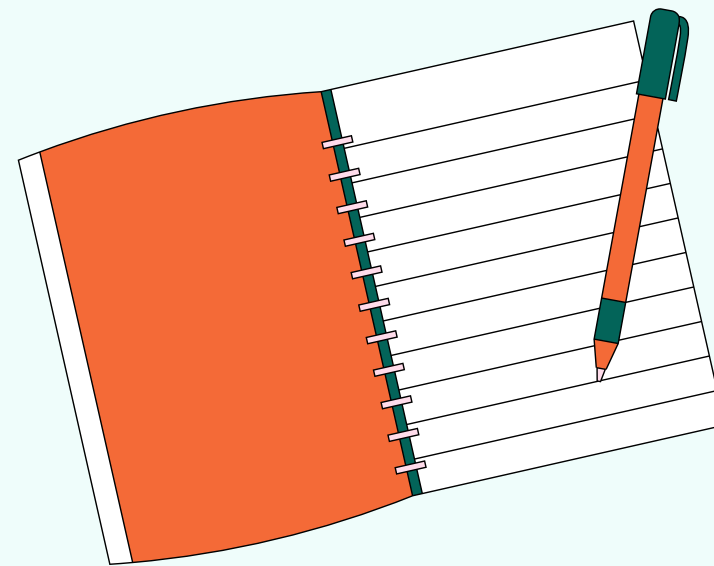
Потенциальная аудитория



Необходимые информационные и тематические продукты

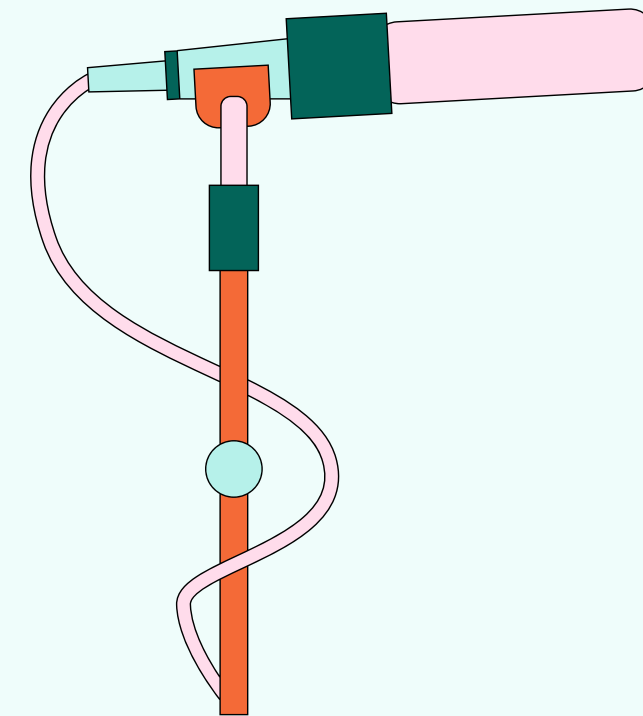
1

фотографии



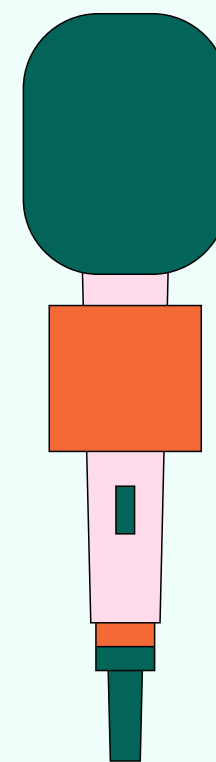
2

видеоролики



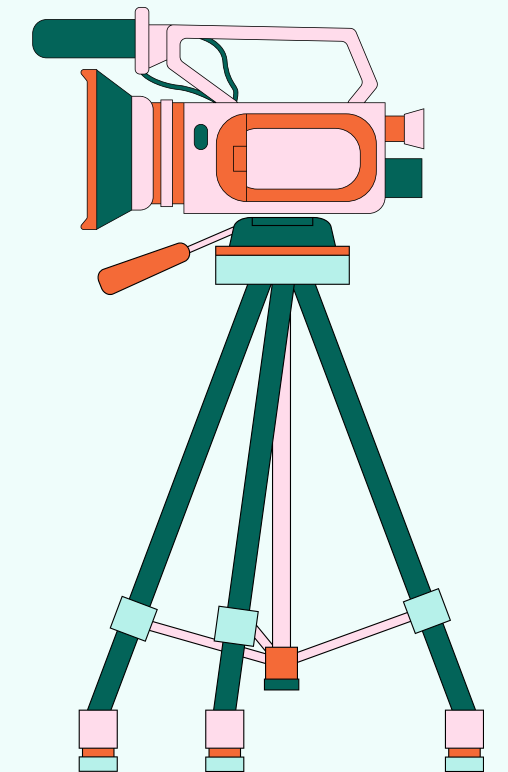
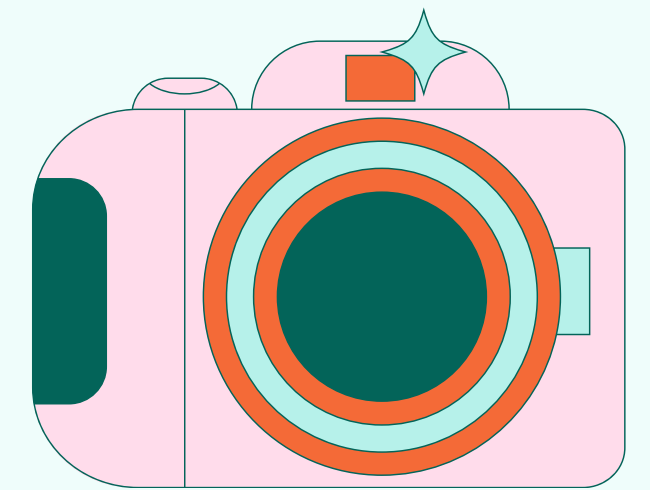
3

подкасты (аудиозаписи)



4

информационные сообщения



ВКонтакте

Продвижение в ВКонтакте – это не только эффективный инструмент для привлечения новых воспитанников, но и возможность укрепить отношения с обучающимися, установить связь с целевой аудиторией и использовать современные подходы в обучении



Первые шаги в ВК

- создать группу;
- определиться с наличием/отсутствием техники;
- заранее подготовить контент и символику для соцсетей;
- определить участников пресс-отряда;
- поставить перед пресс-отрядом первоочередные задачи;
- придумать хэштег;
- дать свободу творчеству.



ВК

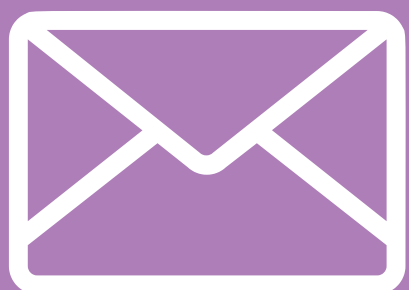
КЛИПЫ

Рекомендации для продвижения

1. Длительность просмотра ролика
2. Тематика видеопродукта соответствует образовательной программе
3. Частота постинга
4. Не делаем накрутку
5. Хронометраж клипа
6. Сюжетная композиция
7. Трендовая музыка
8. Тематические хештеги
9. Лайки, комментарии, репосты
10. Креативность



Наши контакты



samarakids@yandex.ru

