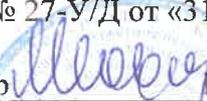
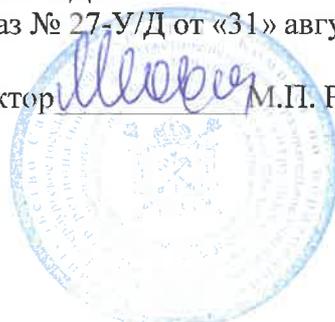


ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ НЕТИПОВОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ЦЕНТР РЕГИОНАЛЬНОГО
И МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА»

«ПРИНЯТА»
Педагогическим советом
Протокол № 1
от «31» августа 2023 г.

«УТВЕРЖДЕНА»
Приказ № 27-У/Д от «31» августа 2023 г.
Директор  М.П. Рохманийко



Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая
программа
**«Современные медиатехнологии
в информационно-коммуникативном пространстве»**

Срок освоения: 1 год
Возраст обучающихся: от 15 до 22 лет

Разработчики:
Горева В.Б., старший методист
Центра организации и проведения
мероприятий «Экспо»

Санкт-Петербург
2023

Пояснительная записка

Основные характеристики

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Современные медиатехнологии в информационно-коммуникативном пространстве» (далее – Программа) имеет **социально-педагогическую (социально-гуманитарную) направленность**: формирует социальную компетентность обучающихся как основу социализации (способности к жизнедеятельности в обществе, присвоение ценностей, знание норм, прав и обязанностей, адаптация), развитие социальных способностей как готовности к социальной деятельности (социальный интеллект, социальная активность, готовность к социальному творчеству); развитие культуры медиаграмотности.

Адресат программы: Программа предназначена для обучающихся всех отделений профессиональных образовательных организаций среднего профессионального образования (далее – ПОО СПО) от 15 до 22 лет, для которых актуальным будет познакомиться с современными средствами массовой информации, научиться разбираться в тонкостях современных медиатехнологий, эффективно на практике управлять медиапроектами различной сложности.

Актуальность программы определяется Положением о создании молодежных медиацентров в профессиональных образовательных организациях среднего профессионального образования, целью которых является активное участие в реализации информационной политики ПОО СПО региона и Российской Федерации, формирование качественного единого медийного пространства для обеспечения открытости работы органов студенческого самоуправления и ПОО СПО в целом.

Деятельность по управлению коммуникациями неотделима от использования медиа. Именно медиа сегодня играют ключевую роль в успешной реализации различных инициатив. Взаимодействие всех видов медиа приводит к формированию единой медиасреды, которая сама по себе становится мощным проводником информации, идей и знаний.

В современном обществе информационная культура не только важный критерий развития личности, но и критерий овладения личностью навыками поиска, передачи, обработки и анализа информации.

Новизна программы

Значимость проблемы формирования медиакультуры обучающихся в условиях образовательной организации обусловлена рядом факторов, в числе которых стремительная медиатизация и интернетизация общества,

возрастающий объем медиатекстовой информации, ежедневно потребляемой современными молодыми людьми.

Важную роль в системе всевозможных форм и видов деятельности, нацеленных на применение и открытие знаний, играет медиапространство современной образовательной организации: сегодня крайне важным становится внешнее информационное обеспечение деятельности образовательного учреждения.

В рамках освоения данной программы особое внимание уделяется:

- социальным медиа;
- новым подходам к структурированию информации и репрезентации фактов;
- управлению медиапроектами;
- традиционным и конвергентным медиа;
- прикладной эстетике современных медиатехнологий;
- пространственным, территориальным медийным коммуникациям и медиатерриториям;
- редактуре и копирайтингу;
- работе с фото-, видео- и графическими форматами.

Уровень освоения программы – базовый.

Объём и срок освоения программы: образовательная программа рассчитана на 216 часов в течение одного года, состоит из четырёх модулей. Режим занятий – 2 раза в неделю по 3 часа.

Цель программы: формирование навыков по проектированию и развитию процессов коммуникации на основе использования современных медиатехнологий.

Задачи

Обучающие:

- познакомить обучающихся с современными технологиями создания медиапродуктов и новыми форматами медиатекстов;
- сформировать основы владения техникой и технологиями массовых, деловых и профессиональных коммуникаций; создания и обработки фото- и видеоматериалов;
- сформировать у обучающихся основные навыки сбора и проверки информации; подготовки текста, применяемых в редакциях СМИ

Развивающие:

- развить интерес к творческой деятельности в сфере современной медиаиндустрии;

- способствовать творческой активности через индивидуальное раскрытие способностей в сфере медиаиндустрии;
- развивать эстетическое восприятие и творческое воображение.

Воспитательные:

- сформировать культуру общения и навыки работы в коллективе;
- сформировать стремление к самореализации, повышение самооценки;
- формировать позитивную установку на общественную жизнь.

Планируемые результаты освоения программы

Метапредметные

- развиты компетенции в области медиаиндустрии и связей с общественностью;
- развита потребность к саморазвитию, развитию деловых качеств;
- развиты эстетическое восприятие и творческое воображение.

Личностные

- сформирована культура общения и навыки работы в коллективе;
- сформировано стремление к самореализации и повышению самооценки;
- сформирована установка на активную жизненную позицию.

Предметные

- сформировано представление о современных технологиях создания медиапродуктов и новых форматов медиатекстов;
- сформированы навыки по подбору, обработке и анализу информации, необходимой для подготовки новостного материала;
- сформированы навыки по редактированию текстового/фото-/видеоматериала, основы владения техникой и технологиями массовых, деловых и профессиональных коммуникаций; создания и обработки фото- и видеоматериалов

Организационно-педагогические условия реализации программы

Язык реализации программы: русский.

Форма обучения: очная.

Особенности реализации программы: модульный принцип представления содержания дополнительной общеразвивающей программы и построения учебного плана.

Программа может быть реализована с возможным применением дистанционных образовательных технологий, электронных образовательных

ресурсов, интернет-ресурсов и облачных сервисов, электронных учебников, платформ видео-конференц-связи.

При реализации программы для проведения занятий в дистанционной форме используются следующие электронные образовательные ресурсы, например Яндекс, Телеграм.

При реализации образовательной программы с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий с целью осуществления текущего контроля педагог выдаёт задания для самостоятельной работы непосредственно в конце занятия, а также публикует задания на общей электронной почте с указанием даты отправки ответа. На каждом занятии педагог осуществляет выборочный текущий контроль, проверяет и пересылает оцененные работы и свои рекомендации обучающимся.

Занятие может включать:

- разработанные педагогом презентации с текстовым/голосовым комментарием;
- онлайн-занятия, видеолекции;
- онлайн-консультирование;
- фрагменты и материалы доступных образовательных интернет-ресурсов;
- инструкции по выполнению практических заданий;
- дидактические материалы;
- тестовые задания;
- контрольные задания и др.

Для эффективного взаимодействия всех участников образовательных отношений педагог и обучающиеся взаимодействуют в образовательном процессе посредством обмена сообщениями через электронную почту.

Особенности организации образовательного процесса: программа построена на модульном принципе: состоит из 4-х модулей, каждый из которых является относительно самостоятельной единицей образовательной программы, имеющей определенную логическую завершенность по отношению к заданным результатам освоения ДООП.

Условия набора в коллектив: обучающиеся ПОО СПО Санкт-Петербурга, задействованные в работе в молодёжных медицентрах (не менее 2-х представителей от образовательного учреждения)

Условия формирования групп

Списочный состав формируется в соответствии с технологическим регламентом по реализации ДООП, утв. Распоряжением Комитета по образованию от 17.05.2019 № 1416-р.

Количество обучающихся в группе: 15 человек

Формы организации занятий

Программой предусматриваются занятия как аудиторные, так и внеаудиторные, в т.ч. самостоятельные.

Аудиторные занятия – занятия в пределах учебного класса, где задания выполняются под непосредственным руководством педагога. Внеаудиторные – занятия, проводимые вне стен образовательной организации (выезды на съёмку мероприятия, квесты и т.д.) как под руководством педагога, так и без его непосредственного участия, но по разработанному педагогом заданию.

Формы проведения занятий

Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ:

- практические занятия;
- консультации;
- лекции;
- работа с материалами СМИ;
- индивидуальные занятия по разработке авторских проектов;
- практическая работа с техникой (компьютеры, диктофоны, фотоаппараты, видеокамера, пр.);
- мастер-классы;
- творческие встречи;
- развивающие игры и тренинги.

Формы организации деятельности обучающихся на занятии:

- фронтальная;
- групповая;
- коллективная;
- индивидуальная.

Одной из основных форм проведения занятий является практическая работа по созданию информационного продукта с использованием медиатехнологий. В качестве результата выполнения заданий могут выступать: новостные тексты, паблики/аккаунты/страницы в социальных сетях, проекты по продвижению образовательной организации, и др.

При работе в компьютерном классе на первом занятии каждого из разделов программы проводится инструктаж по технике безопасности.

Материально-техническое оснащение:

Кабинеты оснащены оргтехникой и предназначены для организации фронтальной, групповой и индивидуальной работы обучающихся. Все участники учебного процесса обеспечены учебными материалами, в том числе в электронном виде:

- компьютер (ноутбук) с монитором, клавиатурой и мышкой;
- соответствующее задачам образовательной программы компьютерное программное обеспечение;
- презентационное оборудование (интерактивная доска/проектор с экраном/телевизор с большим экраном) с возможностью подключения к компьютеру (ноутбуку);
- флипчарт с комплектом листов/маркерная доска, соответствующий набор письменных принадлежностей;
- экшн-камеры, полупрофессиональные видеокамеры, стабилизаторы для камеры, съёмочный инвентарь и иное оборудование для съёмки, микрофон.

Учебный план

дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Современные медиатехнологии в информационно-коммуникативном пространстве»

Программа рассчитана на 216 часов в год (36 недель):
с сентября – 102 ч. (17 недель), с января – 114 ч. (19 недель).

№ п/п	Наименование модулей, тем	Количество часов			Формы контроля/ аттестации
		Всего	Теория	Практика	
I полугодие					
1.	Модуль 1. Медиа в современном информационном пространстве	48	21	27	Деловая игра
1.1	Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности	1	1	0	
1.2	Типы медиа	6	2	4	
1.3	Интернет-медиа	6	2	4	
1.4	Информационное пространство	6	4	2	
1.5	Медиа и информационная грамотность	8	4	4	Тестирование
1.6	Интернет-безопасность	6	4	2	
1.7	Целевая аудитория. Формы обратной связи с аудиторией	6	2	4	
1.8	Имидж образовательной организации	9	2	7	Деловая игра
2.	Модуль 2. Создание новостного контента	54	21	33	Творческая работа
2.1.	Основы теории текста	4	2	2	
2.2	Основные правила создания новостного текста	8	2	6	
2.3	Инфоповод	4	1	3	
2.4	Журналистские жанры и работа с ними в рамках сетевого медиаресурса	18	8	10	Тестирование
2.5	Работа журналиста и	18	8	10	Практическая

	редактора над текстом				работа
2.6	Промежуточный контроль	2	-	2	Творческая работа
Итого за I полугодие:		102	42	60	
II полугодие					
3.	Модуль 3. Аудиовизуальные технологии	72	24	48	Практическая работа
3.1	Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности	1	0	1	
3.2	Теле- и видеопроизводство. Путь от замысла до зрителя	10	4	6	
3.3	Практика работы со съёмочным оборудованием	14	4	10	Практическая работа
3.4	Работа с новостями для образовательной организации. Видеосюжет	10	4	6	
3.5	Техника речи. Работа с камерой	6	2	4	Практическая работа
3.6	Интервью: разговор по правилам	9	2	7	Практическая работа
3.7	Монтаж как аудиовизуальный инструмент для передачи информации	14	4	10	
3.8	Основные этапы производства видеоконтента	8	4	4	Практическая работа
4.	Модуль 4. PR и связи с общественностью: основы, инструменты, стратегии	42	16	26	Творческая работа
4.1	Медиапродукт и способы его продвижения	8	4	4	
4.2	Инструменты визуализации: оформление аккаунта в	8	4	4	Презентация

	социальной сети				
4.3	Бренд и его позиционирование	6	2	4	
4.4	SMM-стратегия: анализ конкурентов и целевой аудитории	4	2	2	
4.5	Разработка концепции пресс-центра	6	2	4	
4.14	Разработка PR-кампании по продвижению образовательной организации	7	2	5	
4.15	Итоговый контроль	3	-	3	Творческая работа
Итого за II полугодие:		114	40	74	
Итого по программе:		216	81	135	

Календарный учебный график
 дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы
**«Современные медиатехнологии в информационно-коммуникативном
 пространстве»**

2023/24 учебный год

I полугодие

Год обучения/ группа	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество учебных недель	Количество учебных часов	Режим занятий
Медиа.2023.216.1-1	04.09.20223	28.12.2023	17	102	2 раза в неделю по 3 ч.
Медиа.2023.216.1-2	04.09.20223	28.12.2023	17	102	2 раза в неделю по 3 ч.
Медиа.2023.216.1-3	05.09.2023	29.12.2023	17	102	2 раза в неделю по 3 ч.
Медиа.2023.216.1-4	05.09.2023	29.12.2023	17	102	2 раза в неделю по 3 ч.
Медиа.2023.216.1-5	04.09.20223	28.12.2023	17	102	2 раза в неделю по 3 ч.
Медиа.2023.216.1-6	04.09.20223	28.2.2023	17	102	2 раза в неделю по 3 ч.
Медиа.2023.216.1-7	05.09.2023	29.12.2023	17	102	2 раза в неделю по 3 ч.

Рабочая программа

Описание содержания программы

Модуль 1. Медиа в современном информационном пространстве

Тема 1.1 Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности

Теория

Инструктаж по технике безопасности при работе с компьютером проводится до начала самостоятельной работы обучающихся.

Техника безопасности в начале работы на компьютере: проверить исправность элементов электросистемы, обеспечивающей питание компьютера, включая электропроводку, выключатели, вилки и розетки, при помощи которых аппаратура подключается к сети; проконтролировать заземление компьютера; проверить его работоспособность.

Соблюдение следующих правил: запрещается класть на корпус и дисплей компьютера посторонние предметы, прикасаться к элементам аппаратуры мокрыми руками, производить чистку корпуса оборудования, находящегося под напряжением; в случае обнаружения неисправности компьютера немедленно прекратить работу и сообщить об этом преподавателю; избегать частого и необоснованного включения и выключения компьютера во время работы.

По завершении работы выключить компьютер с использованием алгоритма, установленного производителем; обесточить периферийное оборудование; убедиться в отключении техники.

Практика

Разбор кейсов нарушения техники безопасности: как предупредить такие ситуации.

Тема 1.2 Типы медиа

Теория

Классификация медиа по основным категориям: печатные СМИ (газеты, журналы, книги, комиксы и пр.); вещательные (видео, аудио или письменный контент, который предоставляет важную или развлекательную информацию, передаваемую различными способами); интернет-СМИ (социальные сети, веб-сайты, интернет-форумы, подкасты).

Практика

Беседа и анализ печатных и электронных СМИ. Разбор визуальных и содержательных особенностей, целей и задач медиа.

Тема 1.3 Интернет-медиа

Теория

Интернет-медиа как совокупность всех видов информационных ресурсов, которые доступны пользователям Всемирной паутины.

Коммерческие сайты. Информационные сайты. Поисковые системы. Социальные сервисы. Файлообменные сайты. Другие категории интернет-медиа (развлекательные и игровые порталы, сервисы онлайн-ТВ и онлайн-радио и т. п.).

Практика

Демонстрация медиа-продуктов. Диалог о видах информационных ресурсах. Разбор метода проектов в работе СМИ.

Тема 1.4 Информационное пространство

Теория

Понятие «информационное пространство». Структура информационного пространства. Подходы в изучении информационного пространства – технический и гуманитарный. Специфика технического подхода как системы, осуществляющей передачу, обработку и хранение информации с использованием технических средств и других ресурсов, а именно базы и банки данных, технические средства хранения, передачи и обработки информации, коммуникационные сети. Специфика гуманитарного подхода как совокупности знаний и информации, формирующейся и постоянно изменяющейся в процессе эволюции общества. Производители и потребители информации, каналы коммуникации.

Практика

Демонстрация и анализ каналов коммуникации. Практикум по грамотному использованию информационного пространства.

Тема 1.5 Медиа и информационная грамотность

Теория

Медийно-информационная грамотность как один из ключевых векторов развития общества. Компетенции, необходимые для взаимодействия с традиционными СМИ и новыми технологиями. Роль и функции СМИ; условия, при которых СМИ выполняют свои функции; критическое оценивание медиаконтента; взаимодействие с различными медиа для самовыражения и потребления качественного контента; навыки и умения для создания любого медиаконтента.

Изучение перечня терминов: «медийная грамотность», «информационная грамотность», «свобода самовыражения и информационная грамотность», «новостная грамотность», «компьютерная грамотность», «интернет-грамотность», «цифровая грамотность», «телевизионная грамотность», «грамотность в сфере рекламы».

Практика

Диалог о роли и функциях СМИ в современном мире. Анализ медиаконтента. Практикум по созданию медиаконтента.

Тема 1.6 Интернет-безопасность

Теория

Основные риски действия интернет-угроз. Классификация интернет-угроз. Электронная безопасность. Вредоносные программы. Спам. Кибермошенничество. Виды кибермошенничества (нигерийские письма, фишинг, вишинг, фарминг). Коммуникационные риски. Контентные риск. Неподобающий контент. Незаконный контакт. Киберпреследования.

Практика

Разбор кейсов нарушения интернет-безопасности. Беседа о спаме и вредоносных программах.

Тема 1.7 Целевая аудитория. Формы обратной связи с аудиторией.

Теория

Базовые принципы работы с целевой аудиторией. Ядро и виды целевой аудитории. Основная целевая аудитория. Косвенная целевая аудитория.

Формы обратной связи с аудиторией (эпистолярная; мгновенная; соавторская; тестирующая; консультативная; экспертная; исследовательская)

Практика

Практическая работа в группе: описания целевой аудитории и формы обратной связи с аудиторией. Презентация проделанной работы.

Тема 1.8 Имидж образовательной организации

Теория

Имидж как инструмент достижения стратегических целей образовательной организации. Основные компоненты структуры имиджа образовательной организации. Ключевые моменты плана по созданию эффективного комплексного имиджа образовательной организации (внешний имидж образовательного учреждения; внутренний имидж образовательного учреждения). Разработка философии учебного заведения. Основные этапы

формирования имиджа: определение миссии; определение целевой аудитории (учащиеся, родители, социальные партнеры, СМИ); планирование; реализация запланированных мероприятий; проверка эффективности.

Практика

Практическая работа по созданию имиджа образовательной организации. Анализ, выявление слабых и сильных сторон. Деловая игра.

Модуль 2. Создание новостного контента

Тема 2.1 Основы теории текста

Теория

Текст и его восприятие. Текст как законченное информационное и структурное целое. Единицы текста. Целостность и связность как конструктивные признаки текста. Абзац как композиционно-стилистическая единица текста. Виды тематического (классического) абзаца. Функции абзаца. Виды информации и функционально-смысловые типы речи (способы изложения). Авторская модальность. Образ автора. Типы текстов. Формы представления авторства в художественном и нехудожественном тексте. Проявление авторской индивидуальности в стиле текста. Информативность текста и способы ее повышения.

Практика

Демонстрация текстовых материалов из СМИ. Анализ и разбор примером реальных текстов из разных СМИ. Монолог и диалог об авторской индивидуальности в стиле текста.

Тема 2.2 Основные правила создания новостного текста

Теория

Новостной текст как базовый вид медиатекста. Основные элементы новостных текстов. Критерии отбора новостей. Основные типы источников информации. Практические технологии подготовки информационных сообщений. Особенности восприятия журналистских текстов читателями. Основное правило: факт предпочтительнее комментария. Правила построения текста: одно предложение должно содержать одну мысль, один абзац — один аспект события. Сочетание коротких и длинных предложений. Использование глаголов действия. Использование терминов и профессиональной лексики. Использование цифр, числовых данных и цитат. Распространенные ошибки.

Практика

Практическая работа в паре: структура новости. Индивидуальный практикум по созданию новостного текста. Разбор распространённых ошибок.

Тема 2.3 Инфоповод

Теория

Инфоповод: понятие. Как найти инфоповод. Классификация информационных поводов и их применение. Что не является инфоповодом. Информационные каналы. Популярные поисковые запросы. Исследования, прогнозы и опросы. Внутренние новости организации (компании). Примеры инфоповодов в интернете.

Практика

Демонстрация и анализ примеров инфоповодов в интернете. Практикум по генерации информационных поводов, выявление актуальных.

Тема 2.4 Журналистские жанры и работа с ними в рамках сетевого медиаресурса

Теория

Общее понятие о жанровой структуре интернет-публикаций. Информационные жанры в структуре жанров журналистики. Основные жанры: заметка, расширенная заметка, отчет, блиц-опрос, интервью, репортаж, фоторепортаж.

Заметка как основной вид информационных сообщений. Место информационных заметок в структуре интернет-публикаций. Основные правила написания заметки. Принцип перевернутой пирамиды – основное правило композиционного построения заметки. Журналистские ошибки.

Различные виды новостных заметок.

Практика

Практикум создания текстового материала. Разбор примеров и анализ работы в рамках сетевого медиаресурса.

Тема 2.5. Работа журналиста и редактора над текстом.

Теория

Основные этапы производства интернет-СМИ. Функции и обязанности журналиста. Функции и обязанности редактора.

Заголовок и подзаголовок в интернет-СМИ. Виды заголовков. Основной, главный заголовок. «Шапка». Рубрика. Виды рубрик (постоянные; временные, эпизодические; специальные). Отличие основного заголовка

от рубрики. Формы рубрик (служебные; тематические). Супerrубрика. Надзаголовок. Подзаголовок. Внутренний подзаголовок. Вводка. Афишка. «Крик». Создание заголовка для статьи в СМИ. Формы, требования и качества хороших заголовков. Формы заголовков. Основные требования к заголовкам.

Работа редактора с текстом. Знакомство редактора с авторским текстом. Постановка задачи редактирования. Доработка текста. Правка текста. Работа над содержанием, композицией, языком и стилем текста. Перекомпоновка абзацев. Шлифовочное чтение, чтение-«скольжение», избирательное чтение. Проверка фактического материала.

Текстовые редакторы, сервисы по проверке орфографии и словари. Текстовые редакторы (текст-процессоры) и издательские системы. Обзор текстовых редакторов для компьютера. Особенности, недостатки и преимущества. Типограф (готовим текст к публикации на сайте). Полезные сервисы и словари для пишущих людей. Проверка текста на грамматические и стилистические ошибки, на тавтологию и плагиат.

Практика

Практическая работа со структурой текстового материала. Демонстрация и анализ текстовых примеров СМИ. Практическая работы с текстовыми редакторами.

Тема 2.6 Творческая работа (промежуточный контроль).

Модуль 3. Аудиовизуальные технологии

Тема 3.1 Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности

Теория

Обязательный инструктаж по работе со сложными техническими средствами: ноутбук, видео/фотокамеры, источники света, электронное съёмочное оборудование.

Меры предосторожности при работе с электрическими приборами.

Практика

Работа с электрическими приборами. Разбор удачных и неудачных кейсов. Беседа с обучающимися.

Тема 3.2 Теле- и видеопроизводство. Путь от замысла до зрителя

Теория

Алгоритм создания теле- или видеопродукта: весь производственный путь от идеи до непосредственного появления конечного продукта на экране. Отличие в процессах создания телевизионного и видеопродукта.

Создание идеи: какую мысль необходимо донести до зрителя через просмотр телевизионного видеосюжета.

Подготовка к созданию (препродакшн): поиск и разработка формы подачи, выбор жанра, разработка концепции, создание сценария, поиск команды, выбор места для съёмок (студия/выезд за пределы студии).

Непосредственный процесс съёмок (продакшен). Нюансы работы с творческой командой на съёмочной площадке.

Процесс создания готового теле-видеопродукта из отснятого материала (постпродакшен): монтаж, тонировка, цветокоррекция, работа со звуком, озвучание, создание компьютерной графики и дизайна для будущего продукта.

Утверждение готового продукта и запуск в эфир.

Практика

Практикум «Видеопродукт: от идеи до реализации». Работа в группе, генерация и выбор идеи, план реализации.

Тема 3.3 Практика работы со съёмочным оборудованием

Теория

Изучение большого разнообразия съёмочной техники: от смартфонов до профессиональных кинокамер. Осветительное и операторское оборудование: различные источники света, ручные и стационарные системы стабилизации.

Приёмы и техники съёмки видео: кадр, план, ракурс, точка съёмки, «золотое сечение», правило третей, композиция.

Практика

Практическая работа в группе: работа с композицией кадра. Диалог о подготовке героя к съёмке.

Тема 3.4 Работа с новостями для образовательной организации. Видеосюжет

Теория

Работа с новостями, как в редакции: поиск и разработка темы, поиск инфоповода. Выезд на съёмки, работа с экспертами. Журналистские приёмы работы: интервью, блиц, стенд-ап. Написание и подготовка сюжета, сдача материала редактору.

Практика

Практикум и написания новостного сюжета, работа с обратной связью. Беседа и анализ итогов.

Тема 3.5 Техника речи. Работа с камерой

Теория

Упражнения на развитие артикуляционного аппарата и техники речи. Методики работы театральных педагогов с речевым аппаратом. Упражнения и разминки.

Ведущий в кадре. Работа с камерой и фокус внимания.

Методика работы ведущего в кадре. Работа на одну и на несколько камер, переключение внимания, работа с текстовым суфлёром. Импровизация.

Практика

Практическая работа с речью: упражнения на развитие артикуляционного аппарата. Работа в группе и индивидуальная импровизация.

Тема 3.6 Интервью: разговор по правилам

Теория

Правила интервьюирования. Подготовка вопросов для героя. Закрытые и открытые вопросы. Выстраивание и поддерживание доверительной беседы, зрительный контакт и наводящие вопросы. "Раскрытие" собеседника. Вербальное/невербальное общение. Манипуляции и НЛП.

Практика

Практические упражнения. Работа в паре: тренировка проведения интервью. Групповое обсуждение.

Тема 3.7 Монтаж как аудиовизуальный инструмент для передачи информации

Теория

Правила и законы монтажа. Приёмы и отличия принципов монтажа для телевидения, Интернета и кино. Фундаментальные законы: монтаж по Кулешову, Эйзенштейну. 10 приёмов комфортного монтажа. Монтаж как универсальный аудиовизуальный язык. Работа с профессиональными программами нелинейного монтажа. Форматы, расширения и кодеки.

Практика

Демонстрация примеров приёмов и отличий принципов монтажа. Разбор и обсуждение основных ошибок.

Тема 3.8 Основные этапы производства видеоконтента

Теория

Принципиальное отличие от потокового телевизионного производства. Поиск ниши, авторская идея, выбор формы и жанра, создание сценария, поиск команды, съёмка и период постпродакшен. Работа с медиаплатформами, социальными сетями и видеохостингами: подготовка контента к публикации и его продвижение.

Практика

Практическая работа в группе: создание сценария, анализ медиаплатформ, план продвижения.

Модуль 4. PR и связи с общественностью: основы, инструменты, стратегии

Тема 4.1 Медиапродукт и способы его продвижения

Теория

Медиапространство современного общества. Определение понятия «медиапродукт». Параметры описания и оценки медиапродукта. Термин «продукт» в маркетинге. Способы продвижения медиапродукта на информационные рынки. Оценка эффективности продвижения медиапродукта. Методические основы информационно-рекламной поддержки.

Практика

Практикум в группе: анализ и составление плана продвижения медиапродукта. Групповая презентация плана и работа с обратной связью.

Тема 4.2 Инструменты визуализации: оформление аккаунта в социальной сети

Теория

Понятие термина «визуализация». Способы визуализации: общая, специальная, концептуальная, стратегическая, метафорическая, комбинированная. Понятие «инфографика». Разбор общих инструментов для наглядного представления. Виды инфографики: хронологическая, сопоставительная, интерактивная, изометрическая, иллюстрированная, текстовая, географическая, статистическая, историческая, иерархическая, социальная, анимированная; процессы, конспекты, списки, тест-карты, инструкции, резюме, интерьеры в инфографике. Создание инфографики для социальных сетей и презентаций. Знакомство с графическими редакторами. Подборка бесплатных программ для создания креативов.

Практика

Индивидуальная практическая работа. Практикум создания группового визуального продукта. Креатив в паре: от замысла до воплощения.

Тема 4.3 Бренд и его позиционирование

Теория

Понятие термина «бренд». Разница между брендом и торговой маркой. Цели, особенности и процесс брендинга. Айдентика бренда. Визуальные коммуникации бренда (логотип, цвет, фон, упаковка и т.д.) на примере международных компаний. Рассмотрение подходов вывода бренда на рынок: истории корпораций. Понятие «Франчайзинг». Позиционирование бренда. Определение языка бренда.

Практика

Демонстрация примеров брендинга международных компаний. Практикум в группе: позиционирование бренда и определение языка бренда.

Тема 4.4. SMM-стратегия: анализ конкурентов и целевой аудитории

Теория

Определение термина «SMM-стратегия». Формирование целей и задач SMM-стратегии. Определение понятия «KPI». Выбор социальной сети для продвижения. Конкурентный анализ SMM: контент, расширения и виджеты, реклама, коммуникации с подписчиками, вовлеченность аудитории. Органическая реклама (в рамках концепции «B2B»). Анализ целевой аудитории: главные критерии. Разработка портретов потенциальных подписчиков.

Практика

Групповой практикум: анализ конкурентов и целевой аудитории. Работа в паре по формированию целей и задач SMM-стратегии.

Тема 4.5. Разработка концепции пресс-центра

Теория

Определение термина «пресс-центр». Виды деятельности и основные задачи пресс-центра. Цели пресс-центра в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Команда пресс-центра: знания, опыт, нетворкинг. Качественные и количественные показатели. Концепция создания и развития пресс-центра на базе образовательного учреждения, распределение ролей и обязанностей.

Практика

Практикум создания команды пресс-центра: распределение ролей, определение целей и задач, показателей эффективности. Презентация итогов работы в группе.

Тема 4.6. Разработка PR-кампании по продвижению образовательной организации

Теория

Определение целей и задач для PR-кампании на примере собственного образовательного учреждения, разработка пошаговой стратегии для продвижения на основе полученных знаний.

Практика

Практикум индивидуальной проектной работы и групповой. Презентация концепции пресс-центра и стратегии продвижения на примере собственного образовательного учреждения.

Тема 4.6. Итоговый контроль

Методические и оценочные материалы

Методические материалы

Технологии реализации программы:

- развивающего обучения;
- игровые;
- мультисенсорная;
- критического мышления;
- информационно-коммуникационные;
- дистанционного и электронного обучения.

Методы обучения

Процесс достижения поставленных цели и задач дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Современные медиатехнологии в информационно-коммуникативном пространстве» осуществляется в сотрудничестве обучающихся и педагога. При этом реализуются различные методы осуществления целостного педагогического процесса. На разных его этапах ведущими выступают отдельные, приведенные ниже методы:

- словесные – беседа, рассказ, монолог, диалог;
- наглядные – демонстрация иллюстраций, публикаций в электронных

СМИ, сайтов и т.п.;

- практические – практикумы по созданию информационного продукта;
- проблемно-поисковые – выполнение заданий по собственному замыслу, выполнение творческих заданий;
- метод проектов;
- индивидуальные – задания в зависимости от достигнутого уровня развития обучающегося;
- групповые.

Методы стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности:

- привлекательные задания для обучающихся;
- коллективные обсуждения выполненных работ.

Методы воспитания:

- беседы;
- метод примера;
- педагогическое требование;
- создание воспитательных ситуаций;
- наблюдение, анкетирование, анализ результатов деятельности обучающихся,
- поощрение.

Выбор метода обучения зависит от содержания занятия, уровня подготовки и опыта обучающихся. На занятиях изначально преобладают репродуктивный и репродуктивно-творческий методы. По мере приобретения обучающимися определенных знаний, умений и навыков – метод проектов и проблемно-поисковый метод.

Используемые методы организации занятия:

- словесные – беседа, рассказ, монолог, диалог;
- наглядные – демонстрация наглядных материалов, материалов СМИ, сайтов и т.п.;
- практические – практикум по написанию новостных текстов, созданию фото- и видеорепортажа, созданию страницы/группы/аккаунта в социальной сети.

Методы, в основе которых лежит уровень деятельности обучающихся:

- объяснительно-иллюстративный;
- репродуктивный;
- частично-поисковый;
- исследовательский.

Выбор метода зависит от содержания занятия, уровня подготовки и опыта обучающихся. На занятиях в первой половине года обучения преобладают репродуктивный и практический методы. По мере приобретения обучающимися определенных знаний, умений и навыков – частично-поисковый и исследовательский методы.

Дидактические средства:

- иллюстративный материал;
- электронные образовательные ресурсы.

Информационные источники:

Литература

Список литературы для обучающихся

1. Adobe Premiere Pro СС. Официальный учебный курс. – М., 2014.
2. Гаврилов К.В. Как делать сюжет новостей. Учебник начинающего ньюсмейкера – СПб.: Пальмира, 2017.
3. Ильченко С.Н. Телевидение в эпоху Интернета / С. Ильченко, О. Окнер – СПб., 2005.
4. Как новые медиа изменили журналистику / Амзин А.А., Галустьян А., Гатов В // 2012-2016, Кабинетный ученый – М., 2016.
5. Максимов А.М. Журналист ТВ? Это просто! – СПб.: Питер, 2017.
6. Новая журналистика и Антология новой журналистики / под ред. Т. Вулфа, Э.У. Джонсона – СПб.: Амфора 21, 2008.
7. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – СПб., 2008.
8. Панфилов К.С. Создание веб-сайта от замысла до реализации. М.: ДМК Пресс, 2009.
9. Современные теории массовых коммуникаций: учеб. пособие / под ред. Яковлев И.П. – СПб., 2004.
10. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. 2.0. Курс лекций по теории и практике современной журналистике – М.: Ладомир, 2016.

Электронные ресурсы

1. Трендов рекламы в медиа [Электронный ресурс]. – URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/media/2019/02/26/270206.phtml>.
2. Реклама в социальных сетях (2020) Digital-агентство «AMDG». [Электронный ресурс]. – URL: <https://amdg.ru/blog/reklama-v-socialnyh-setyah/>.
3. Реклама в социальных сетях [Электронный ресурс]. – URL: <https://amdg.ru/blog/reklama-vsotsialnyh-setyah/>.

4. Силамедиа/Silamedia. Лаборатория мультимедийных коммуникаций. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sila.media/>.

Список литературы, используемый педагогом в своей работе

1. Корнейчук, Ю. В.: История становления и специфика профессии PR-специалиста / Ю. В. Корнейчук, Н. А. Лукин. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 1 (81). — С. 528-531. — URL: <https://moluch.ru/archive/81/14748/>
2. Асеева О.В. Влияние сети Интернет на развитие познавательной активности молодежи / О.В. Асеева // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – №6.
3. Каитова М.Ш. История развития социальных сетей URL: <https://pgu.ru/upload/iblock/aa4/23.pdf>
4. Сазанов В.М. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз / В.М. Сазанова. – М.: Лаборатория СВМ, 2010.
5. Перминова М.С., Амбарцумян Т.Н Социальные сети как средство коммуникации молодежи URL: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/1900/1/2188-2191.pdf>
6. Чельшева И.В. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек. М: МОО «Информация для всех», 2016. URL: <https://ifap.ru/library/book586.pdf>
7. Аминова З.А. Реклама и PR в продвижении образовательных услуг высшего учебного заведения URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/195719328.pdf>
8. Мингазов И.М., Макашова В.Н. Социальные сети как инструмент продвижения. ФГБОУ ВПО МГТУ им. Г.И. Носова URL: <https://files.scienceforum.ru/pdf/2016/28999.pdf>
9. Моисеева Е.В. Проблемы эффективности продвижения медиапродукта URL: <https://docplayer.com/41737243-Problemy-effektivnosti-prodvizheniya-mediaprodukta.html>
10. Литвин Н.: PR-стратегия: пошаговая инструкция URL: <https://vc.ru/marketing/89099-pr-strategiya-poshagovaya-instrukciya>
11. Кульгин М.: Топ 15 лучших инструментов визуализации данных в 2020- 2021 годах (с примерами) URL: <https://vc.ru/services/204235-top-15luchshih-instrumentov-vizualizacii-dannyh-v-2020-2021-godah-s-primerami>

- 12.Шатова В.: Инфографика — это визуальное представление данных URL: https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/infografika/
- 13.Матсюк Д.: Инструменты SMM: ТОП URL: <https://statusbrew.com/insights/instrumenty-smm/>
- 14.Смирнова-Матрос М.: Что такое SMM URL: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/chto-takoe-smm/>
- 15.Титаева Е.: Школа SMM. Урок 1: С чего начать? URL: <https://makeagency.ru/blog/shkola-smm-urok-1-s-chego-nachat>
- 16.Романчук Т.: Анализ конкурентов в SMM: как провести и использовать URL: <https://mymarilyn.ru/blog/smm/analiz-konkurentov-v-smm-kak-ispolzovat-socseti-konkurentov-dlya-svoej-vygody/#s5>
- 17.Каневская Р.: Как составить контент-план. Программы, шаблоны, выбор тем и полезные материалы URL: <https://news.pressfeed.ru/content-plan/>
- 18.Крупин А., Салтыкова А.: Контекстный таргетинг «ВКонтакте»: пять советов по запуску и два кейса URL: <https://performance360.ru/contextual-targeting-vk/>

Интернет-источники:

- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru/>;
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/>;
- ПроеКТОрия <https://proektoria.online/>;
- «Просвещение» <https://media.prosv.ru/>;
- «Библиотекарь.Ру» <http://www.bibliotekar.ru/>.

Общедоступные онлайн-платформы, социальные сети:

- Учи.ру <https://uchi.ru/>;
- Якласс <https://www.yaklass.ru/>;
- ВКонтакте <https://vk.com/>;

Оценочные материалы

Оценочные материалы

Входной контроль для выявления стартового уровня образовательных возможностей обучающихся (в форме педагогического наблюдения).

Текущий контроль оценка уровня и качества освоения тем программы осуществляется на занятиях в течение всего учебного года (наблюдение, опрос, анкетирование, анализ выполненных работ) фиксируется в «Журнале учета посещаемости курсов» как учёт посещаемости обучающихся. Предполагается, что, присутствуя на занятиях, обучающихся задействован в процессе раскрытия и развития творческого потенциала, получает новые знания, приобретает умения и навыки.

Промежуточный контроль предусмотрен один раз в год с целью проверки результативности освоения образовательной программы и планового достижения поставленных задач.

Итоговый контроль проводится в конце обучения по программе, осуществляется в форме итоговой творческой работы для определения итогового уровня освоения программы обучающихся, включая учёт их творческих достижений.

Методы контроля: тестирование, презентации творческих работ.

Методы диагностики:

- наблюдение (получение информации через органы чувств);
- опрос (получение информации на основе словесного общения);
- анкетирование (получение письменной информации или в электронном виде с помощью заранее составленной информации);
- анализ (изучение динамики развития обучающихся в образовательной, развивающей и воспитательной сферах).

Формы фиксации результатов

Диагностика контроля результативности обучения осуществляется по «Карте аттестации обучающихся по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе» (Приложение 1).

Результаты промежуточного и итогового контроля фиксируются в Ведомости (Приложение 2).

По завершении обучения по программе «Современные медиатехнологии в информационно-коммуникативном пространстве» в целях оценки обучающимися содержания, организации и качества образовательного процесса проводится анкетирование (Приложение 3).

Карта аттестации обучающихся по дополнительной общеразвивающей программе

№ п/п	Параметры оценки уровня освоения программы	Характеристика низкого уровня освоения программы	Оценка уровня освоения программы (в баллах)					Характеристика высокого уровня освоения программы
			Очень слабо	Слабо	Удовлетворительно	Хорошо	Очень хорошо	
1	Опыт освоения теоретической информации (объём, прочность, глубина)	Информация не освоена	1	2	3	4	5	Информация освоена полностью в соответствии с задачами программы
2	Опыт практической деятельности (степень освоения способов деятельности: умения и навыки)	Способы деятельности не освоены	1	2	3	4	5	Способы деятельности освоены полностью в соответствии с задачами программы
3	Опыт эмоционально-ценностных отношений (вклад в формирование личностных качеств учащегося)	Отсутствует позитивный опыт эмоционально-ценностных отношений (проявление элементов агрессии, защитных реакций, негативное, неадекватное поведение)	1	2	3	4	5	Приобретён полноценный, разнообразный, адекватный содержанию программы опыт эмоционально-ценностных отношений, способствующий развитию личностных качеств учащегося
4	Опыт творчества	Освоены элементы репродуктивной, имитационной деятельности	1	2	3	4	5	Приобретён опыт самостоятельной творческой деятельности (оригинальность, индивидуальность, качественная завершенность результата)
5	Опыт общения	Общение отсутствовало (ребёнок закрыт для общения)	1	2	3	4	5	Приобретён опыт взаимодействия и сотрудничества в системах «педагог-учащийся» и «учащийся-учащийся». Доминируют субъект-субъектные отношения
6	Осознание ребенком актуальных достижений. Фиксированный успех и вера ребёнка в свои силы (позитивная «Я-концепция»)	Рефлексия отсутствует	1	2	3	4	5	Актуальные достижения ребёнком осознаны и сформулированы
7	Мотивация и осознание перспективы	Мотивация и осознание перспективы отсутствуют	1	2	3	4	5	Стремление ребёнка к дальнейшему совершенствованию в данной области (у ребёнка активизированы познавательные интересы и потребности)
Итоговый балл:								-

Общая оценка уровня освоения программы: 7-20 баллов – программа освоена на низком уровне (Н); 21-28 баллов - программа освоена на среднем уровне (С); 29-35 баллов – программа освоена на высоком уровне (В)

Ведомость промежуточного/итогового контроля обучающихся по дополнительной общеразвивающей программе

Код группы: _____ Учебный период: _____ ФИО педагога: _

Название программы: _____

№ п/п	Фамилия Имя учащегося	Оценка уровня освоения программы учащимися (1-5 баллов)							Итоговый балл	Уровень освоения программы (низкий, средний, высокий)
		Опыт освоения теоретической информации (объём, прочность, глубина)	Опыт практической деятельности (степень освоения способов деятельности: умения и навыки)	Опыт эмоционально-ценностных отношений (вклад в формирование личностных качеств учащегося)	Опыт творчества	Опыт общения	Осознание ребенком актуальных достижений. Фиксированный успех и вера ребёнка в свои силы (позитивная «Я-концепция»)	Мотивация и осознание перспективы		
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
6.										
7.										
8.										
9.										
10.										
11.										

Дата

Подпись

ФИО педагога

Анкета обратной связи

по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Современные медиатехнологии в информационно-коммуникативном пространстве»

Уважаемые выпускники, вам предлагается заполнить анкету по итогам обучения в СПб ГБНОУ «Центр регионального и международного сотрудничества». Ваше участие в опросе, обдуманые ответы позволят направить усилия Центра на повышение качества дополнительного образования, а также комфортности обучения.

1. Код группы: _____

2. Укажите ваш пол:

- Женский
- Мужской

3. Откуда Вы узнали о «Центре регионального и международного сотрудничества»? (возможно выбрать несколько вариантов ответов)

- Из СМИ
- Из социальных сетей
- От друзей и знакомых
- Из интернет-ресурса образовательного учреждения
- В колледже
- От родителей
- В этом учреждении занимаются (занимались) мои братья и сестры
- Из рекламных объявлений, афиш

4. С какой целью Вы пришли заниматься в учреждение? (не более пяти вариантов ответов)

- Узнать новое и интересное
- По желанию родителей
- Повысить уровень владения иностранным языком
- С пользой провести свободное время
- Развить свои способности
- Здесь занимается друг (подруга)

- Найти новых друзей и общаться с ними
- Преодолеть трудности в учебе
- Научиться самостоятельно приобретать новые знания
- Получить знания и умения, которые помогут в приобретении будущей профессии

5. Что Вам нравится в этом учреждении? (несколько вариантов ответов)

- Интересные занятия
- Личность педагога
- Хорошее материально-техническое оснащение учреждения
- Обеспеченность учреждения мультимедийным оборудованием и доступность Интернета
- Есть возможность проявления инициативы и самостоятельности

6. Что дают Вам занятия в этом учреждении?

- Узнаю новое и интересное
- Повышаю уровень владения иностранным языком
- Развиваю свои способности
- Нашел новых друзей и общаюсь с ними
- Учусь самостоятельно приобретать новые знания
- Получаю знания и умения, которые помогут в будущей профессии
- Добиваюсь высоких результатов в выбранном направлении

7. Довольны ли Вы своими успехами и достижениями в изучении языка?

- Да, вполне
- Скорее да, чем нет
- Скорее нет, чем да
- Нет