

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Министерство образования и науки Пермского края  
Управление образования администрации г. Березники  
МАОУ «Школа №2 им. М. Горького»

РАССМОТРЕНО И РЕКО-  
МЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ  
педагогическим советом  
МАОУ «Школа №2 им. М.  
Горького» протокол № от

УТВЕРЖДЕНО  
Директором МАОУ «Школа  
№2 им. М. Горького»

---

приказ от

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей  
программы социально-технической направленности  
«Медиа-бум»  
для обучающихся 12-18 лет

**Автор:**  
Рожнева Е.С.,  
педагог дополнительного образования  
МАОУ «Школа №2 им. М. Горького»

## Содержание

1.	Пояснительная записка .....	3
2.	Учебно-тематический план.....	5
3.	Содержание учебного (тематического) плана .....	6
4.	Календарно-учебный план.....	11
5.	Источники информации .....	13
6.	Оборудование.....	14
7.	Формы аттестации/контроля и оценочные материалы .....	15

## 1. Пояснительная записка

Направленность программы	Социально-техническая
Особенности организации образовательной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тесная связь с реальной медийной практикой, в том числе с деятельностью, приносящей доход;</li> <li>• Сетевое взаимодействие с региональными средствами массовой коммуникации, журналистским сообществом региона, другими общественными организациями, существующими детскими/молодёжными студиями и объединениями соответствующей направленности;</li> </ul>
Цели и задачи программы	<p>Основная цель образовательного модуля – привлечь обучающихся к исследовательской и креативной деятельности в области научной медиажурналистики; сформировать у обучающихся углубленные компетенции (Hard Skills), которые им потребуются в дальнейшей проектной работе. Реализация модуля позволит также совершенствовать общекультурные компетенции, в том числе продуктивную коммуникацию и успешную работу в команде (Soft Skills).</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Обучение поэтапному планированию процесса разработки и реализации собственных проектов.</li> <li>• Формирование понятия бренда и продвижения медиапродукта.</li> <li>• Формирование понимания принципов работы в социальных сетях.</li> <li>• Развитие навыков практической журналистики.</li> <li>• Развитие интеллектуальных, коммуникативных способностей личности.</li> <li>• Развитие у обучающихся чувства ответственности, внутренней инициативы, самостоятельности, мотивации к самосовершенствованию.</li> </ul>
Режим занятий в 2025-2026 учебном году	1 раз в неделю по 2 часа (вторник, с 12.35 до 13.55)
Формы занятий	Очная. Беседа, тренинг на основе новых навыков, практикум, экскурсия, практическая работа, обсуждение, подведение итогов, защита проекта, медиалекторий
Изменения, внесенные в общеразвивающую программу, необходимые для обучения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Создана комфортная образовательная среда. Психологическая обстановка комфортная, преобладает конструктивное общение, есть свобода проявления учащимися творческих способностей, осуществляется индивидуальный подход.</li> <li>- Учащимся предоставляется возможность самостоятельного поиска необходимого материала и его преобразования.</li> <li>- Изменились формы и методы преподнесения учебного материала. Организуются интегрированные занятия с применением игровых технологий и синтезом других видов искусств, больше времени отводится на практическую деятельность.</li> <li>- Внедрены технологии коллективной творческой деятельности. Даются задания, где необходимо детям проявить умение договариваться и находить</li> </ul>

	<p>общее решение, проявить взаимоконтроль и взаимопомощь по ходу выполнения задания.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Добавлены новые темы с учётом программы по этапам. Внесены темы, дополняющие друг друга.</li> <li>- Пересмотрено количество часов на изучение определённых тем.</li> <li>- Внесены итоговые мероприятия по изучаемым темам</li> </ul>
<p>Планируемые результаты и способы их оценки</p>	<p>Овладение основами продвижения бренда:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• работа с целевой аудиторией;</li> <li>• формирование бренда;</li> <li>• составление концепции продвижения, охватывающей разные каналы коммуникации;</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Овладение навыками создания одностраничных сайтов</li> <li>2. Овладение навыками разных форматов фотосъёмки и обработки <ul style="list-style-type: none"> <li>• работа с цветовым и стилевым решением кадра;</li> <li>• работа с камерами различных видов;</li> <li>• работа с разными жанрами фотографии.</li> </ul> </li> <li>3. Овладение основами видеомонтажа: <ul style="list-style-type: none"> <li>• линейный и нелинейный монтаж;</li> <li>• работа в монтажных программах различного назначения;</li> <li>• цветокоррекция;</li> <li>• работа с хромакеем.</li> </ul> </li> <li>4. Работа в творческой команде (съёмочной группе) в рамках поставленной задачи.</li> <li>5. Использование ресурсов сети Интернет в профессиональных целях, в том числе для продвижения медиапродукта.</li> </ol>
<p>Формы проведения промежуточной и итоговой аттестации в текущем учебном году</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Публичная презентация и защита готового медиапродукта (фотопортфолио, сайт для стартапа, видеоролик),</li> <li>• участие в профильных конкурсных мероприятиях (фестивалях, хакатонах и т. п.).</li> </ul>

Современные медиа – инструмент освоения человеком окружающего мира и его преобразования. Медиакультура обладает широким спектром воздействия на все сферы общественной жизни. С ростом количества каналов коммуникации растет потребность в правильном понимании основ работы в разных медиасредах. Создание любого медиаконтента не может происходить без учета той аудитории, на которую он направлен.

Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности на материале и с помощью средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета.

Важной особенностью медийного производства является то, что оно по преимуществу коллективное. Например, съёмка рекламного ролика может происходить только при участии группы людей, выполняющих свои роли (сценарист, оператор, монтажер, саунддизайнер, PR-специалист). Успех, зрительское внимание приходит только в том случае, если весь коллектив профессионально работает над воплощением единой творческой задачи.

## 2. Учебно-тематический план

№ п/п	Название блока, темы/кейса	Количество часов			Формы аттестации/ контроля
		Всего	Теория	Практика	
1.	Информационная культура и медиаграмотность	8	4	4	Коллективная работа: создание Квиза «МЕДИАзнаток» в программе PowerPoint
2.	Фото-портфолио	8	4	4	Презентация «Фотопортфолио»
3.	Нейросети	6	2	4	Презентация видеоролика, созданного с помощью НС
4.	SMM	14	4	10	Лендинг к юбилею школы. Конкурс «Самый лучший пост»
5.	Мобильный видеограф	14	4	10	Конкурс видеороликов
6.	Телевизионная журналистика	14	4	10	Конкурс новостных выпусков. Тест по итогам года.
<b>Всего:</b>		<b>64</b>	<b>22</b>	<b>42</b>	

### 3. Содержание учебного (тематического) плана

#### 1) Кейс «Информационная культура и медиаграмотность»

Информационная культура и медиаграмотность — это ваш пропуск в мир современных медиа! Погрузитесь в увлекательный мир цифровых коммуникаций, где каждый может стать настоящим экспертом. Наш кейс научит защищаться от информационных угроз. Вы научитесь различать правду от фейков, узнаете, как стать кумиром миллионов, создавать уникальный контент и выстраивать эффективные коммуникации. Занятия наполнены полезными практическими заданиями, которые помогут закрепить теорию.

##### **Категория кейса**

Кейс «**Информационная культура и медиаграмотность**»

предусмотрен для базового уровня обучения, может быть реализован на разновозрастной аудитории (от 12 до 18 лет). Итоговая работа – создание интерактивного КВИЗА «МЕДИАзнаток». Кроме того, будет проведена совместная оценка работ и групповая рефлексия по итогам кейса.

**Место в структуре программы:** Место кейса в структуре программы автономно.

**Количество академических часов, на которые рассчитан кейс:** 8 часов

**Предполагаемые результаты обучающихся:**

**Артефакты:** Создание квиза «МЕДИАзнаток»

**Soft Skills:**

- умение работать в команде,
- умение формулировать цель и задачи,
- умение воспринимать другую точку зрения,
- умение налаживать коммуникацию с другими.

**Hard Skills:**

- технический навык работы в программе PowerPoint
- навык сбора информации
- навык аналитической работы
- навык создания и проведения КВИЗа

#### 2) Кейс «Фотопортфолио»

Фотопортфолио – это неотъемлемый атрибут любого фотографа и создателя медиаконтента. Кейс знакомит обучающихся с различными жанрами и стилями фотографии, дает представление об истории фотографии и фотографии как арт-объекте. Создание фотопортфолио предполагает работу не только с фотоаппаратом, но и с различными видами ее последующей обработки. Задачей кейса является выработка своего стиля каждым обучающимся и многофункциональное освоение работы с фотографией как медиаобъектом.

Обучающимся предлагается создать ряд снимков в разных жанрах (портрет, макросъемка, предметное фото, минимализм, репортаж, студийная съемка и др.), используя территорию Кванториума в качестве фотоплощадки. Концепцию обучающиеся выбирают самостоятельно.

В итоге формируется фотобанк детских фотографий о жизни Кванториума, который можно использовать для публикаций в социальных сетях, либо для демонстрации возможностей детей.

##### **Категория кейса**

Кейс «**Фотопортфолио**» предусмотрен для продвинутого уровня обучения, предполагает знание основ фотографии и обработки изображений, может быть реализован на разновозрастной аудитории (от 12 до 18 лет).

Итоговая работа предполагает создание фотовыставки работ учеников о жизни ДТ «Школьный Кванториум», их последующую печать и размещение на территории технопарка с целью ознакомления с работами сотрудников и обучающихся других квантумов. Кроме того, будет проведена совместная оценка работ и групповая рефлексия по итогам кейса.

**Место в структуре программы:** Место кейса в структуре программы автономно.

**Количество академических часов, на которые рассчитан кейс:** 8 часов

### **Предполагаемые результаты обучающихся:**

**Артефакты:** Распечатанные и/или электронные фотографии, иллюстрирующие жизнь детского технопарка, демонстрирующие возможности обучающихся, оформленные в портфолио.

#### **Soft Skills:**

- умение работать в команде,
- умение формулировать цель и задачи,
- умение воспринимать другую точку зрения,
- умение налаживать коммуникацию с другими.

#### **Hard Skills:**

- технический навык работы с зеркальным фотоаппаратом,
- навык работы в программах для обработки фотографий (Adobe Photoshop),
- навык постановки кадра и света,
- навык печати фотографий посредством широкоформатной плоттерной печати.

### **3) Кейс «Нейросети»**

**О кейсе.** Что такое нейросеть простым языком? Когда и кем она была придумана? Как она работает и что умеет нейросеть? Для чего нужны нейросети? А главное – чем они могут быть полезны и на что способны, кроме ярких картинок? Об этом в текущем кейсе.

Нейронные сети – это разновидность машинного обучения, при котором компьютерная программа работает по принципу человеческого мозга, используя различные нейронные связи. Если очень сильно упрощать, это человеческий мозг в миниатюре, только нейроны в нем искусственные и представляют собой вычислительные элементы, созданные по образу и подобию биологических нейронов.

Так зачем же нам нужны нейросети? Сегодня их чаще всего используют для анализа больших объемов данных, прогнозирования, сопоставления, классификации и распознавания образов в самых широких сферах научных и социально-экономических исследований — от управления предприятиями и распознавания изображений до прогнозирования международных конфликтов и поиска следов жизни на других планетах. В медиасфере изучение нейросетей позволит обучающимся научиться формулировать запросы (промтты) для нейросетей и получать не только картинки, но и видео и сгенерированные тексты. А также сравнить медиапродукты, сгенерированные нейросетью с медиапродуктами, созданными человеком.

#### **Категория кейса**

Данный кейс знакомит обучающихся с основами работы с нейросетями, видами нейронных сетей, сферами их применения и принципами работы. Рассказывает о преимуществах и недостатках нейросетей на примере самых полезных и интересных нейронных сетей.

Итоговая работа предполагает создание короткого видео в нейросетях, совместный просмотр получившихся роликов и анализ результатов (освещение темы с разных сторон, логичность и понятность ролика, качество видеомонтажа).

**Место в структуре программы:** Место кейса в структуре программы автономно.

**Количество академических часов, на которые рассчитан кейс:** 6 часов

#### **Предполагаемые результаты обучающихся:**

**Артефакты:** картинка и видеоролик, текст, созданные нейросетью по запросам обучающегося.

#### **Soft skills:**

- способность рассматривать объект с разных позиций (точек зрения),
- умение выявлять противоречия,
- умение анализировать,
- умение использовать различные типы рассуждений в зависимости от усло-

вий,

- способность комбинировать и видоизменять идеи,
- умение выстраивать коммуникацию с различными типами людей,
- способность ответственно относиться к информации с учетом правовых и этических аспектов ее распространения,
- умение формулировать проблему
- умение определять позицию другого человека, его аргументы и вы-

воды

#### **Hard Skills:**

- технический навык работы с нейросетями «ЧАТ GPT, «Шедеврум», «Гига ЧАТ» (В Телеграм), Midjourney, DALL-E, Jasper и др.
- создание промпта для генерации нейросети.
- написание сценария для медиапродукта – ролик в нейросети
- навык сбора информации
- навык аналитической работы

#### **4) Кейс «SMM»**

Данный кейс знакомит с профессией SMM-специалиста. В последнее время SMM (Social media marketing) стал полноценным видом маркетинга. При продвижении продукта или услуги его используют во всех сферах жизнедеятельности. SMM-специалист продвигает бренды в социальных сетях: пишет посты, создает фото- и видеоконтент, придумывает конкурсы для привлечения аудитории, отвечает на комментарии пользователей, настраивает рекламу.

Реализация кейса дает обучающимся возможность познакомиться с социальными сетями, создать личный бренд, знакомит с возможностями мобильной фото- и видеосъемки.

#### **Категория кейса**

Кейс «SMM» предусмотрен для базового уровня обучения, он не предполагает каких-либо начальных требований, построен на общем уровне знаний детей и может быть реализован на разновозрастной аудитории (от 11 до 18 лет).

Итоговая работа предполагает создание короткого вертикального видео о жизни Кванториума, размещение видео в социальных сетях Кванториума, ведение группы медиаквантума, совместный просмотр получившихся роликов и анализ результатов (освещение темы с разных сторон, логичность и понятность ролика, качество видеомонтажа).

**Место в структуре программы:** Место кейса в структуре программы автономно.

**Количество академических часов, на которые рассчитан кейс:** 14 часов

**Предполагаемые**

**результаты**

**обучающихся:**

Артефакты: Короткое видео о жизни Кванториума, создание лендинга к юбилею школы

#### **Soft Skills:**

- умение анализировать,
- умение генерировать и видоизменять идеи,
- умение выявлять противоречия,
- умение комбинировать полученную информацию,
- навык коммуникации с разными типами людей,
- способность ответственно относиться к информации с учетом правовых и этических аспектов ее распространения

#### **Hard skills:**

- технический навык работы с мобильным телефоном, как средством записи видео (восприятие смартфона как средства работы в медиа- пространстве),
- навык работы в программах для обработки и монтажа видео на мобильных устройствах,
- навык создания одностраничных сайтов, создания Лендинга к 90-летию школы.
- навык сбора информации,
- навык аналитической работы



## 5) Кейс «Мобильный видеограф»

### О кейсе

Видеоролик – способ раскрыть любую проблему наиболее полно и образно. А видеограф – это человек, который умеет создавать видеоролики. Учащимся будет предложено выступить в роли создателей видеоролика. В процессе участники команды отработают следующие роли: «я-сценарист», «я-режиссер», «я-оператор», «я-монтажер», «я-маркетолог», «я-саундтрежиссер». Самостоятельное создание сюжетного видео, снятого на мобильный телефон самим обучающимся позволит:

- погрузить участников обучения в реальную проблемную ситуацию,
- повысить эффективность усвоения учебного материала за счет применения активных методов обучения и визуализации проблемной ситуации,
- выработать практические навыки непосредственно в учебной аудитории. Выбор темы видео будет связан с реализацией проектной деятельности в Детском технопарке «Кванториум» и с предстоящим юбилеем школы.

### Категория кейса

Кейс «Видеоролик» предусмотрен для продвинутого уровня обучения, предполагает наличие знаний о медиа, работе с аппаратурой и специальными программами, может быть реализован на разновозрастной аудитории (от 12 до 18 лет).

Итоговая работа предполагает создание сюжетного видео, совместный просмотр получившихся видео, рефлексию и поиск конкурсов, где можно принять участие с получившимся продуктом.

**Место в структуре программы:** Место кейса в структуре программы автономно.

**Количество академических часов, на которые рассчитан кейс:** 14 часов

**Предполагаемые результаты обучающихся:**

**Артефакты:** Сюжетное видео продолжительностью от 1 до 5 минут.

### Soft skills:

- ✓ умение распределять задачи,
- ✓ умение формировать команду для совместной деятельности,
- ✓ умение проявлять лидерские качества,
- ✓ умение использовать имеющиеся ресурсы,
- ✓ навыки творческой деятельности в ограниченных условиях,
- ✓ умение использовать различные методы для генерации идей,
- ✓ способность доводить начатое до конца,
- ✓ способность объективно оценивать результаты своей деятельности

### Hard skills:

- ✓ технический навык работы с записью видео на камеру,
- ✓ навык работы с композицией, светом, цветом и кадром,
- ✓ навык работы в программах для обработки и монтажа видео (Adobe Premiere Pro),
- ✓ написание сценария для медиапродукта,
- ✓ навык работы с актерами,
- ✓ навык аналитической работы,
- ✓ навык поиска необходимой информации.

## 6) Кейс «Телевизионная журналистика»

### О кейсе

Кейс предполагает создание выпуска научно-популярного шоу о проектах Кванториума или тематической программы о подготовке к юбилею школы. В рамках выполнения задания, обучающиеся попробуют себя в роли авторов, сценаристов, операторов, монтажеров, ведущих, режиссеров. Ролик будет выглядеть как полноценный выпуск телевизионного шоу и новостной программы.

Работа над кейсом даст обучающимся возможность применить навыки работы в команде, совместного сбора, анализа и комбинирования информации, работы в кадре и за кадром, создания фирменного стиля научно-популярного шоу.

### **Категория кейса**

Кейс «Телевизионная журналистика» предусмотрен для продвинутого уровня обучения, предполагает наличие знаний о медиа, работе с аппаратурой и специальными программами, может быть реализован на разновозрастной аудитории (от 12 до 18 лет).

Итоговая работа предполагает создание группой 5-минутного выпуска научно-популярного шоу, в съемках которого задействованы все обучающиеся в разных ролях, совместный просмотр получившегося видео и рефлекссию.

**Место в структуре программы:** Кейс в структуре образовательной программы располагается в финале, потому что предполагает наличие у обучающихся как теоретических знаний о производстве медиаконтента, так и практических навыков написания текстов, видеосъемки и монтажа.

**Количество академических часов, на которые рассчитан кейс:** 14 часов

### **Предполагаемые результаты обучающихся:**

**Артефакты:** Выпуск научно-популярного шоу или тематической программы.

### **Soft skills:**

- ✓ умение распределять задачи,
- ✓ умение работать в команде,
- ✓ умение собирать данные,
- ✓ умение анализировать и комбинировать данные,
- ✓ умение проявлять лидерские качества,
- ✓ способность оценивать получившийся результат,
- ✓ навык применения разных ролей

### **Hard skills:**

- ✓ технический навык работы со звуко- и видеозаписывающими устройствами,
- ✓ монтаж звука и видео,
- ✓ написание сценария для научно-популярного шоу или тематической программы к юбилею школы
- ✓ навык поиска специализированной информации для научно- популярного шоу

#### 4. Календарно-учебный план

№ п/п	Занятие	Форма занятия	Кол-во ч.	Тема занятия	Форма контроля
1	Октябрь	Медиалекторий	2	Кейс «Информационная культура и Медиаграмотность» (8 часов) Что такое Медиаграмотность и зачем она нужна? Что такое PR и как он может быть применим еще со школы?	Рефлексия
2	Октябрь	Ситуативная игра	2	Как стать кумиром миллионов? Медиагерои: как их создают и зачем Инфлюенсеры и блогеры Нетворкинг и коллаборации	Практическая игра
3	Октябрь	Практикум	2	Коллективная работа: Создание Квиза «МЕДИазнаток» в программе PowerPoint	Рефлексия
4	Октябрь	Обучающая игра	2	Проведение КВИЗА «Медаизнаток»	Участие в Квизе «МЕДИАзнаток»
5	Ноябрь	Медиалекторий	2	Кейс «Фото-портфолио» (8 часов). Что такое фото портфолио и зачем оно фотографу?	рефлексия
6	Ноябрь	Практикум	2	Жанры и стили фотографий. Художественная обработка фото.	Презентация работ
7	Ноябрь	Практикум	2	Обработка фото в фоторедакторе. Пакетная обработка фото в редакторе в <a href="http://pixlr.com/ru/batch/">pixlr.com/ru/batch/</a>	Презентация работ
8	Ноябрь	Ситуативная игра	2	Создание фото портфолио и размещение его в фотоальбоме в группе в ВК	Практическая работа «Фотопортфолио»
9	Декабрь	Экскурсия	2	Кейс «Нейросети» (6 часов) Основы нейросетей в медиа	Рефлексия
10	Декабрь	Медиалекторий	2	Основы промптинга и особенности работы с нейросетями	Конкурс нейрокартинок.
11	Декабрь	Устный журнал	2	Нейросети для работы с текстом	Зачет по составлению промптов
12	Декабрь	практикум	2	Кейс «SMM» (14 часов) SMM для начинающих. Интересы поколения Z в социальных сетях.	Игра «Интервью с неодушевленным объектом»
13	Январь	Практикум	2	Стандарты и форматы контента для социальных сетей.	Практическая самостоятельная работа.
14	Январь	Круглый стол	2	ЦА. Как понять кто наша целевая аудитория	Составление характеристика своей ЦА
15	Январь	Практикум	2	Социальные сети и информационный пузырь. Что такое "информационные пузыри" и можно ли их лопнуть?	рефлексия
16	Февраль	Практикум	2	Социальные сети. Личный бренд	Конкурс «Самый лучший пост»
17	Февраль	Презентация	2	О пабликах. Насмотренность в социальных сетях: зачем она нужна и как получить лучший результат?	Рефлексия

18	Февраль	практикум	2	Ведение группы в ВК. Контент-план	Составление контент-плана на месяц.
19	Февраль	Практикум	2	Кейс «Мобильный видеограф» (14 часов). Правила видеосъемки на мобильный.	рефлексия
20	Март	Медиалекторий	2	Создание сценария для вертикальных роликов	рефлексия
21	Март	Практикум	2	Основы работы в CapCut и создание вертикальных роликов	Презентация сценариев для роликов
22	Март	Круглый стол	2	Тренды: как их видеть и замечать. Мемы: для чего они нужны и почему важна насмотренность в этом деле.	рефлексия
23	Март	Практикум	2	Как качать креативность без регистрации и смс. Необычные приёмы видеосъемки на мобильный	рефлексия
24	Апрель	Презентация	2	Основы работы в CapCut и создание вертикальных роликов	Презентация работ Готовое вертикальное видео для социальных сетей
25	Апрель	Круглый стол	2	Создание вертикального ролика	Конкурс роликов
26	Апрель	Медиа лекторий	2	Кейс «Телевизионная журналистика» (14 часов) Телевизионные жанры. Составляющие телевизионного сюжета.	
27	Апрель	экскурсия	2	Экскурсия на телевидение	рефлексия
28	Май	практикум	2	Создание концепции серии роликов или тематического выпуска, посвященных юбилею школы. Основы создания сценария телепрограммы или телешоу.	рефлексия
29	Май	практикум	2	Написание монтажного плана.	рефлексия
30	Май	практикум	2	Съемки роликов – первичные	Сценарий ролика
31	Май	практикум	2	Первичный монтаж роликов.	рефлексия
32	Май	Конференция	2	Монтаж роликов – итоговый. Защита проектов. (Телевизионное шоу и тематическая программа)	Конкурс медиа-проектов.

## 5. Источники информации

1. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха / Дэвид Аакер. – Москва: Эксмо, 2016. – 256 с.
2. Алекса Е.А., Попова А.И., Блинчикова Д.А. Психология цвета в рекламе как способ совершенствования методов продвижения // Вопросы науки и образования. – 2020. – №3 (87). – С. 27-29.
3. Амирова Д.Р., Запорожец О.И. Социальный медиа-маркетинг как эффективный инструмент продвижения // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 2. – Том 11.
4. Барт Р. Смерть автора. Эссе. – 1967. <http://philology.ru/literature1/barthes-94e.htm>
5. Буряк М.А. Медиафера: концептуализация понятия // Вестник СПбГУ. Сер.9. – 2014. – Вып.2 – С. 200-212.
6. Гурцкая Б. Т., Меренкова П.А. Продвижение продуктов с помощью SMM // E-SCIO. – 2020. – № 1(40). – С. 294-303.
7. Кинг, Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно. — URL: [http://vk.com/topic-69044671\\_29785389](http://vk.com/topic-69044671_29785389)
8. Кларк, Рой Питер. 50 приёмов письма. — URL: <http://e-libra.ru/read/243300-50-priemov-pisma.html>
9. Князев, А.А. Основы тележурналистики и телерепортажа. — URL: [http://vk.com/topic-69044671\\_29785282](http://vk.com/topic-69044671_29785282)
10. Колесниченко, А.В. Настольная книга журналиста. — URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/kolesnichenko1.htm>
11. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете / Денис Каплунов. М.: Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2018. – 450 с.
12. Конюкова, М. Журналистика для всех. — М.: «Азбука», 2012.
13. Кузнецов, Г.В. Семь профессиональных граней журналиста ТВ. — URL: [http://vk.com/topic-69044671\\_30183245](http://vk.com/topic-69044671_30183245)
14. Паранько Сергей. Инструментарий и навыки журналиста // Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
15. Пиши, сокращай: как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 440 с.
16. Федоров, А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А.В. Федоров. — М., 2010.
17. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Загребельный Г.В. и др. – М.: Альпина Паблишер, – 2017. – 270 с.

## 6. Оборудование

Камеры	<ul style="list-style-type: none"><li>– PTZ CleverMic 1020zs (3G-SDI) (2)</li><li>– Panasonic Lumix DMC-G80 Kit (2)</li><li>– HDR-AS300 Action Cam</li></ul>
Системы стабилизации	<ul style="list-style-type: none"><li>– Видео-штатив (3)</li><li>– Трехосевой электронный стабилизатор</li></ul>
Световое оборудование	Осветитель светодиодный (2)
Звуковое оборудование	Микрофон петличный (2)
Компьютерное оборудование	<ul style="list-style-type: none"><li>– Ноутбук (8)</li><li>– Жесткий диск (1)</li><li>– Блок бесперебойного питания (1)</li><li>– Карта памяти (2)</li><li>– Компьютер (1)</li><li>– Монитор (1)</li><li>– Набор клавиатура+мышь (8)</li></ul>
Студии	Система «Хромакей»

## 7. Формы аттестации/контроля и оценочные материалы

Основной формой итогового контроля является защита проекта (индивидуальная или групповая).

<b>Критерии оценивания. Кейс «Информационная культура и Медиаграмотность»</b>	<b>Оценка (От 1 до 5)</b>
	<b>Название работы:</b>
	<b>Участники:</b>
1. Ориентируется в теории по теме «Информационная культура и Медиаграмотность».	
2. Имеет технический навык работы в программе PowerPoint	
3. Имеет навык сбора информации, навык создания и проведения КВИЗа	
4. Имеет навык обработки информации	
5. Имеет навык создания интерактивной игры - квиз	
6. Имеет навык публичных выступлений и проведения игры КВИЗ	
7. Умеет налаживать коммуникацию с другими	
<b>Всего:</b>	<b>35</b>

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

<b>Критерии оценивания. Кейс «Фотопортфолио»</b>	<b>Оценка (От 1 до 5)</b>
	<b>Название работы:</b>
	<b>Участники:</b>
1. Ориентируется в теории по теме «Фотография». Знает устройство фотоаппарата. Основные правила фотосъемки.	
2. Имеет технический навык работы с зеркальным фотоаппаратом	
3. Имеет навык постановки кадра и света	
4. Имеет навык работы в программах для обработки фотографий, создания коллажей, художественной обработки фото	
5. Имеет навык печати фотографий	
6. Имеет навык размещения фотографий в группе ВК	
7. Умеет налаживать коммуникацию с другими	
<b>Всего:</b>	<b>35</b>

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

<b>Критерии оценивания. Кейс «Нейросети»</b>	<b>Оценка (От 1 до 5)</b>
	<b>Название работы:</b>
	<b>Участники:</b>
1. Ориентируется в теории по теме «Нейросети»	
2. Имеет технический навык работы с нейросетями	
3. Умеет создавать промпты для генерации картинок и видео	
4. Умеет создавать промпты для генерации текста	
5. Имеет навык сбора информации, аналитической работы	
6. Умеет написать сценарий для медиапродукта – ролик в нейросети	
7. Умеет адаптировать нейротекст.	
<b>Всего:</b>	<b>35</b>

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

<b>Критерии оценивания. Кейс «SMM»</b>	<b>Оценка (От 1 до 5)</b>
	<b>Название работы:</b>
	<b>Участники:</b>
1. Ориентируется в теории по теме «SMM»	
2. Имеет технический навык работы с мобильным телефоном, как средством записи видео (восприятие смартфона как средства работы в медиа-пространстве),	
3. Имеет навык работы в программах для обработки и монтажа видео на мобильных устройствах	
4. Имеет навык написания сценария для ролика о жизни Кванториума с учетом особенностей продвижения организации в социальных сетях	
5. Имеет навык сбора информации	
6. Имеет навык аналитической работы	
7. Умеет генерировать и видоизменять идеи	
<b>Всего:</b>	<b>35</b>

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

<b>Критерии оценивания. Кейс «Мобильный видеограф»</b>	<b>Оценка (От 1 до 5)</b>
	<b>Название работы:</b>
	<b>Участники:</b>
1. Ориентируется в теории по теме «Мобильный видеограф»	
2. Имеет технический навык работы со звуко- и видеозаписывающими устройствами	
3. Имеет технический навык работы в программах для обработки и монтажа видео на мобильном телефоне	
4. Имеет навык написания сценария для короткого вертикального видео (КВВ)	
5. Имеет навык написания монтажного плана для КВВ	
6. Имеет навык создания ролика с программы CapCut	
7. Имеет способность ответственно относиться к информации с учетом правовых и этических аспектов ее распространения	
<b>Всего:</b>	<b>35</b>

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

<b>Критерии оценивания. Кейс «Телевизионная журналистика»</b>	<b>Оценка (От 1 до 5)</b>
	<b>Название работы:</b>
	<b>Участники:</b>
1. Ориентируется в теории по теме «Телевизионная журналистика»	
2. Имеет технический навык работы со звуко- и видеозаписывающими устройствами	
3. Имеет технический навык работы в программах для обработки и монтажа видео. (Movavi)	
4. Имеет навык написания сценария для программы или шоу	
5. Умеет ставить цели, распределять задачи	
6. Имеет навык работы в команде	
7. Имеет навык проектной работы	
<b>Всего:</b>	<b>35</b>

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.



<b>Уровень освоения программы</b>	
Низкий	0-16
Средний	17-25
Высокий	26-35