

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-PRO»
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.....	10
5.	Источники информации	12
6.	Оборудование.....	13
7.	Формы аттестации/контроля и оценочные материалы	14

1. Пояснительная записка

Направленность программы	Социально-техническая
Особенности организации образовательной деятельности	• Тесная связь с реальной медийной практикой, в том числе с деятельностью, приносящей доход; • Сетевое взаимодействие с региональными средствами массовой коммуникации, журналистским сообществом региона, другими общественными организациями, существующими детскими/молодёжными студиями и объединениями соответствующей направленности;
Цели и задачи программы	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). Задачи: • Обучение поэтапному планированию процесса разработки и реализации собственных проектов. • Формирование понятия бренда и продвижения медиапродукта. • Формирование понимания принципов работы в социальных сетях. • Развитие навыков практической журналистики. • Развитие интеллектуальных, коммуникативных способностей личности. • Развитие у обучающихся чувства ответственности, внутренней инициативы, самостоятельности, мотивации к самосовершенствованию.
Режим занятий в 2025-2026 учебном году	2 раза в неделю по 1,5 часа (итого 96 часов)
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	- Создана комфортная образовательная среда. Психологическая обстановка комфортная, преобладает конструктивное общение, есть свобода проявления учащимися творческих способностей, осуществляется индивидуальный подход. - Учащимся предоставляется возможность самостоятельного поиска необходимого материала и его преобразования. - 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. - Внедрены технологии коллективной творческой деятельности. Даются задания, где необходимо детям проявить умение договариваться и находить

	общее решение, проявить взаимоконтроль и взаимопомощь по ходу выполнения задания. - Добавлены новые темы с учётом программы по этапам. Внесены темы, дополняющие друг друга. - Пересмотрено количество часов на изучение определённых тем. - Внесены итоговые мероприятия по изучаемым темам
Планируемые результаты и способы их оценки	Овладение основами продвижения бренда: • работа с целевой аудиторией; • формирование бренда; • составление концепции продвижения, охватывающей разные каналы коммуникации; - Овладение навыками разных форматов фотосъёмки и обработки - Овладение основами видеомонтажа: • линейный и нелинейный монтаж; • работа в монтажных программах различного назначения; • цветокоррекция; • работа с хромакеем. 4. Работа в творческой команде (съёмочной группе) в рамках поставленной задачи. 5. Использование ресурсов сети Интернет в профессиональных целях, в том числе для продвижения медиапродукта.
Формы проведения промежуточной и итоговой аттестации в текущем учебном году	• Публичная презентация и защита готового медиапродукта (фотопортфолио, сайт для стартапа, видеоролик), • участие в профильных конкурсных мероприятиях (фестивалях, хакатонах и т. п.).

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, съемка 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	15	6	9	Коллективная работа: создание интерактивной игры «МЕДИА-безопасность»
2.	Медиадизайн	18	6	12	Конкурс работ по дизайну фирменного стиля школы
3.	Подкаст	21	8	13	Презентация подкастов «К юбилею школы»
4.	SMM. Telegram	15	6	9	Презентация канала в ТГ
5.	Медиапроекты	27	8	19	Защита медиапроектов
Всего:		96	34	62	

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 «Медиабезопасность». 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: 15 часов

Предполагаемые результаты обучающихся:

Артефакты: Создание интерактивной игры «Медиабезопасность»

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 «Медиадизайн»

Медиадизайн — это комплексный подход к разработке визуальных решений для различных медиаплатформ, включая интернет, телевидение, радио, печатные издания и наружную рекламу. Кейс знакомит обучающихся с различными видами медиа-дизайна и стилями в дизайне, дает представление об истории дизайна. Создание проекта по медиа-дизайну предполагает работу с графическими редакторами, такими как Figma, с графическими возможностями программы PowerPoint. Задачей кейса является знакомство с основами графического дизайна и разработка обучающимися Дизайна фирменного стиля школы (Логотипы; Визитки; Мерч; Цветовую палитру; Дизайн стратегию бренда; Фирменный шрифт, фон, иконки и другие графические элементы.)

В итоге формируется фирменный стиль школы. Создается банк дизайн-предложений, которые можно рассмотреть на школьном совете и принять к исполнению.

Категория кейса

Кейс «Медиадизайн» предусмотрен для продвинутого уровня обучения, предполагает знание основ графического дизайна и может быть реализован на разновозрастной аудитории (от 12 до 18 лет).

Итоговая работа предполагает создание банка дизайн-предложений по развитию фирменного стиля школы.

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: 18 часов

Предполагаемые результаты обучающихся:

Артефакты: банк дизайн-предложений по развитию фирменного стиля школы.

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 графическом редакторе Figma,
- навык работы в программе PowerPoint,
- навык создания визуальных элементов, таких как графики, изображения и макеты.
- Навык разработки концептуальных идей. Создание концепции для дизайна, соответствующей задачам и целям клиента.

3) Кейс «Подкаст»

О кейсе.

Подкаст (podcast) - это запись разговора нескольких людей или монолога ведущего на какую-либо тему. Простыми словами, это формат, позволяющий слушать записи на разные темы в удобное время. Термин образован от слияния слов iPod (популярное устройство для прослушивания музыки) и broadcast (передача). Впервые идея создать нечто подобное пришла британскому журналисту Бену Хаммерсли в 2004 году. Об этом в текущем кейсе.

Некоторые форматы подкастов:

Интервью и беседы - ведущий обсуждает вопросы из ниши или новости с приглашёнными экспертами.

Монолог - автор или ведущий выступает один и рассуждает на заданную тему, делится идеями или отвечает на вопросы аудитории.

Нарративный формат - сюжет разделён на несколько эпизодов.

Ток-шоу - несколько участников обсуждают развлекательные и юмористические темы.

Образовательные - формат в виде лекций на разные темы: английский язык, маркетинг, копирайтинг, программирование.

Категория кейса

Данный кейс знакомит обучающихся с видами и тематикой подкастов. Рассказывает об алгоритме создания подкаста и площадках, где его можно размещать.

Итоговая работа предполагает создание подкаста к юбилею школы (освещение темы с разных сторон, подкасты о выпускниках, об учителях и учениках).

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

Количество академических часов, на которые рассчитан кейс: 21 часа

Предполагаемые результаты обучающихся:

Артефакты: Коллекция подкастов «К юбилею школы»

Soft skills:

- способность рассматривать объект с разных позиций (точек зрения),
- умение выстраивать коммуникацию с различными типами людей,
- способность ответственно относиться к информации с учетом правовых и этических аспектов ее распространения,
- умение формулировать проблему, тему
- способность уважительно относиться к окружающим при публичном выступлении,
- умение управлять эмоциями и навыки активного слушания.
- умение формировать команду для совместной деятельности,
- умение проявлять лидерские качества,

- навыки творческой деятельности в ограниченных условиях,

Hard skills:

- навык сбора информации
- навык аналитической работы
- навыки публичного выступления,
- умение использовать информационные технологии для коммуникации,
- работа с оборудованием для видеозаписи,
- работа со светом и звуком для видеозаписи, (аудиозаписи)
- составление текста по шаблону и редакция текста,
- навыки речевой разминки и артикуляции
- навык работы в программах для обработки и монтажа видео (Мовави)

4) Кейс «SMM. Telegram»

Данный кейс продолжает знакомить 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. Также обучающиеся познакомятся с особенностями работы в Telegram. Узнают, как покорить аудиторию и развить свой канал без вложений. А также изучат Метрики в Telegram и заставят чат-ботов работать на свои цели.

Реализация кейса дает обучающимся возможность познакомиться с возможностями Telegram.

Категория кейса

Кейс «SMM. Telegram» 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 своего канала в ТГ, ведение канала и анализ результатов работы.

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

Количество академических часов, на которые рассчитан кейс: 15 часов

Предполагаемые результаты обучающихся: Артефакты: тематический канал в ТГ

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 канала в Телеграм.
- навык сбора информации,
- навык аналитической работы

5) Кейс «Медиапроекты»

О кейсе

Медиапроект — это любой проект, который использует медиа (видео, аудио, текст, изображения) для достижения определённой цели. Некоторые цели медиапроектов: развлечение, 8

образование, информирование, расследование, обсуждение, вдохновение и другие. Учащимся будет предложено создать свой медиапроект. Создать свой медиапроект (контент-проект) можно, продумав идею, собрав команду, разработав контент и продумав продвижение. Важно учитывать специфику аудитории, форматы подачи информации и каналы взаимодействия с ней.

Категория кейса

Кейс «Медиапроект» 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 медиапроекта, совместную презентацию проектов, рефлексию и поиск конкурсов, где можно принять участие с получившимся продуктом.

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: 27 часов

Предполагаемые результаты обучающихся:

Артефакты: Копилка медиапроектов, предлагающих решение разных проблем

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,
- ✓ написание сценария для медиапродукта,
- ✓ навык проектной работы,
- ✓ навык аналитической работы,
- ✓ навык поиска необходимой информации.

4. Календарно-учебный план

№ п/п	Занятие	Форма занятия	Кол-во ч.	Тема занятия	Форма контроля
1	Октябрь	Медиалекторий	3	Кейс «Информационная культура и Медиаграмотность» (15 часов) Что такое медиаграмотность? Что такое PR?	Рефлексия
2	Октябрь	Ситуативная игра	3	Инфлюенсеры и блогеры. Нетворкинг и коллаборации. Мошенничество в сети.	рефлексия
3	Октябрь	Практикум	3	Фактчекинг своими руками. Дипфейки в медиа	Рефлексия
4	Октябрь	практикум	3	Коллективная работа: Создание Квиза «МЕДИАБЕЗОПАСНОСТЬ» в программе PowerPoint	рефлексия
5	Ноябрь	Участие в игре	3	Проведение КВИЗА «Медиабезопасность»	Участие в Квизе
6	Ноябрь	медиалекторий	3	Кейс «Медиадизайн» (18 часов) Стили дизайна. Функции медиадизайна. Основные принципы медиадизайна. Использование медиадизайна в различных сферах	рефлексия
7	Ноябрь	Круглый стол	3	Разработка концептуальных идей медиа-дизайна школы	Презентация идей
8	Ноябрь	практикум	3	Графический дизайн. Освоение программы Figma	рефлексия
9	Декабрь	практикум	3	Графический дизайн. Создание визуальных элементов, таких как графики, изображения и макеты.	Презентация дизайнов
10	Декабрь	практикум	3	Графический дизайн. Создание визуальных элементов для разработки дизайна фирменного стиля школы	рефлексия
11	Декабрь	практикум	3	Подготовка к конкурсу работ по разработке дизайна фирменного стиля школы	Конкурс работ
12	Декабрь	лекторий	3	Кейс «Подкаст» (21 час) Что такое подкаст. Виды подкастов: Интервью и беседы, Монолог, Нарративный формат, Ток-шоу, Образовательные.	рефлексия
13	Январь	Практикум	3	Тематика Подкастов: Музыкальные, Разговорные, Образовательные и научные, Подкасты-истории	рефлексия
14	Январь	Круглый стол	3	Площадки для размещения и прослушивания или просмотра подкастов	рефлексия
15	Январь	практикум	3	Алгоритм Создания подкаста. Выбор темы и ЦА, определение формат	Игра «Определение ЦА»
16	Февраль	практикум	3	Запись и монтаж подкаста	рефлексия
17	Февраль	практикум	3	Запись и монтаж подкаста	рефлексия
18	Февраль	Круглый стол	3	Презентация подкастов	Презентация подкастов
19	Февраль	Практикум	3	Кейс «SMM. Telegram (15 часов). Основы SMM.	рефлексия

20	Март	Медиалек- торий	3	Особенности работы в Telegram: как покорить аудиторию и развить свой канал без вложений?	рефлексия
21	Март	Практи- кум	3	Как заставить чат-ботов работать на вас?	рефлексия
22	Март	практикум	3	Метрики в Telegram: анализируем эффективность контента в своём канале	рефлексия
23	Март	Круглый стол	3	Знакомство с каналами в ТГ	Презентация канала в ТГ
24	Апрель	медиалек- торий	3	Кейс «Медиапроекты» (27 часов). Что такое медиапроекты?	рефлексия
25	Апрель	Круглый стол	3	Как придумать медиапроект? Разработка идеи и концепции проекта. ЦА. Цели и задачи проекта.	рефлексия
26	Апрель	Медиа лекторий	3	Платформа и формат МП. Контент. Дизайн и визуал будущего МП	рефлексия
27	Апрель	экскурсия	3	Контент. Дизайн и визуал будущего МП	рефлексия
28	Май	практикум	3	Контент. Дизайн и визуал будущего МП	рефлексия
29	Май	практикум	3	Продвижение проекта	рефлексия
30	Май	Круглый стол	3	Предзащита МП.	Презентация МП
31	Май	практикум	3	Доработка медиапроектов	рефлексия
32	Май	Конфе- ренция	3	Защита медиапроектов	Конкурс ме- диа-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
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
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
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	– PTZ CleverMic 1020zs (3G-SDI) (2) – Panasonic Lumix DMC-G80 Kit (2) – HDR-AS300 Action Cam
Системы стабилизации	– Видео-штатив (3) – Трехосевой электронный стабилизатор
Световое оборудование	Осветитель светодиодный (2)
Звуковое оборудование	Микрофон петличный (2)
Компьютерное оборудование	– Ноутбук (8) – Жесткий диск (1) – Блок бесперебойного питания (1) – Карта памяти (2) – Компьютер (1) – Монитор (1) – Набор клавиатура+мышь (8)
Студии	Система «Хромакей»

7. Формы аттестации/контроля и оценочные материалы

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

Критерии оценивания. Кейс «Информационная культура и Медиаграмотность»	Оценка (От 1 до 5)
	Название работы:
	Участники:
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 КВИЗа	
4. Имеет навык обработки информации	
5. Имеет навык создания интерактивной игры - квиз	
6. Имеет навык публичных выступлений и проведения игры КВИЗ «Медиабезопасность»	
7. Умеет налаживать коммуникацию с другими	
Всего:	35

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

Критерии оценивания. Кейс «Медиадизайн»	Оценка (От 1 до 5)
	Название работы:
	Участники:
1. Ориентируется в теории по теме «Медиадизайн».	
2. технический навык работы в графическом редакторе Figma,	
3. Имеет навык коллективной работы	
4. Имеет навык работы в программах для обработки фотографий, создания коллажей, художественной обработки фото	
5. Имеет навык создания визуальных элементов, таких как графики, изображения и макеты.	
6. Имеет навык разработки концептуальных идей, создания концепции дизайна, соответствующей задачам и целям клиента.	
7. Умеет налаживать коммуникацию с другими	
Всего:	35

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

Критерии оценивания. Кейс «Подкаст»	Оценка (От 1 до 5)
	Название работы:
	Участники:
1.Ориентируется в теории по теме «Подкаст»	
2.Имеет навык сбора и анализа информации	
3.Имеет навыки публичного выступления, навыки речевой разминки и артикуляции	
4.Имеет навык работы с оборудованием для видеозаписи, работы со светом и звуком для видеозаписи, (аудиозаписи)	
5.Имеет навык сбора информации, аналитической работы	
6.навык работы в программах для обработки и монтажа видео (Мовави)	
7.Имеет навык командной работы	
Всего:	35

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

Критерии оценивания. Кейс «SMM. Telegram»	Оценка (От 1 до 5)
	Название работы:
	Участники:
1. Ориентируется в теории по теме «SMM. Телеграм»	
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 создания канала в Телеграм	
5. Имеет навык сбора и анализа информации	
6. Имеет навык создания чат-бота в ТГ	
7. Умеет генерировать и видоизменять идеи	
Всего:	35

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

Критерии оценивания. Кейс «Медиапроекты»	Оценка (От 1 до 5)
	Название работы:
	Участники:
1. Ориентируется в теории по теме «Медиапроекты»	
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 командной проектной работы	
6. Имеет навык использовать имеющиеся ресурсы	
7. Имеет способность ответственно относиться к информации с учетом правовых и этических аспектов ее распространения	
Всего:	35

Максимальное количество баллов – 35;

Минимальное количество баллов – 7.

Уровень освоения программы	
Низкий	0-16
Средний	17-25
Высокий	26-35