

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ Г.ШАХТЫ  
МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Г.ШАХТЫ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ГОРОДСКОЙ ДОМ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА»**

**ПРИНЯТО:**

на заседании педагогического совета  
МБУ ДО ГДДТ г.Шахты

Протокол № 1 от 29.08. 2025г.



**УТВЕРЖДАЮ:**

Директор МБУ ДО ГДДТ г.Шахты  
И.В. Агалакова

Приказ № 302 от 01.09.2025г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
ХУДОЖЕСТВЕННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ  
«Импульс»**

Уровень программы: **базовый**

Вид программы: **модифицированная**

Тип программы: **традиционная**

Возрастная категория: **10–17 лет**

Срок реализации программы: **4 года (972 часа)**

Форма обучения: **очная**

Условия реализации программы: **муниципальное задание**

Разработчик:

педагог дополнительного образования

Побежимова Анна Александровна

## РАЗДЕЛ 1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ОБРАЗОВАНИЯ

### 1.1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Современные дети и подростки с ранних лет погружены в цифровую среду: интернет стал для них не только пространством общения и развлечений, но и важной зоной формирования интересов, ценностей и социальной идентичности. В условиях насыщенного медиапотока особенно актуальным становится развитие медиаграмотности как ключевого компетентностного навыка XXI века.

Медиаобразование сегодня выходит за рамки дополнительного увлечения - оно становится неотъемлемой частью общего образования. Оно помогает молодому поколению не только критически воспринимать информацию, но и осознанно создавать собственный контент, понимать механизмы влияния медиа, а также безопасно и ответственно вести себя в цифровом пространстве.

Популярность блогинга, участие в онлайн-челленджах и создание собственных медиапроектов - всё это отражает стремление подростков заявить о себе, найти свою аудиторию и проявить креативность. Однако не все тренды безопасны, а стремление к виральной известности может сопровождаться рисками. В этой связи особенно важно, чтобы обучение медиакомпетенциям происходило в образовательной, этичной и методически выстроенной среде.

Спрос на такие программы растёт: согласно данным опросов образовательных платформ, 77 % родителей считают медиаобразование необходимой частью современного обучения, а 59 % отмечают, что их дети уже пробовали себя в фотографии, видеомонтаже или других формах медиатворчества.

Настоящая программа разработана с учётом возрастных особенностей обучающихся и современных вызовов цифровой среды. Она направлена на формирование у участников навыков критического мышления, творческого самовыражения и цифровой безопасности, а также на развитие их компетенций в создании качественного, осмысленного и социально значимого медиаконтента.

Программа предлагают комплексный подход к обучению, включая:

- Основы работы с камерой и обработки фотографий
- Навыки создания видеороликов и монтажа
- Основы контент-планирования и продвижения в соцсетях
- Ведение трансляций и взаимодействие с аудиторией

Медиаобразование выполняет важную профориентационную функцию, позволяя подросткам:

- Попробовать себя в различных медийных профессиях
- Сформировать портфолио реализованных проектов
- Получить практические навыки, востребованные на современном рынке труда
- Определиться с дальнейшей профессиональной траекторией

Развитие медиа для детей и подростков - это не просто следование трендам, а формирование новой образовательной парадигмы, где цифровые

навыки сочетаются с критическим мышлением, творчеством и социальной ответственностью. Инвестиции в медиаобразование - это вклад в будущее детей, которое позволит им не только потреблять контент, но и создавать его, становясь активными участниками медийного пространства.

Для родителей и педагогов важно не запрещать и ограничивать, а направлять и поддерживать детей в их медийном творчестве, помогая им стать грамотными и ответственными создателями контента. Как показывает практика, совместное обсуждение медиатрендов и возможных рисков - более эффективная стратегия, чем строгий запрет на использование цифровых технологий.

В перспективе мы увидим дальнейшую интеграцию медиаобразования в образование, появление новых форматов и платформ, а также расширение возрастных и социальных групп, вовлеченных в медиаторчество. Это позволит создать медиaprостранство, где каждый сможет быть услышанным.

### **1.1.1 Нормативно-правовая база**

**Программа разработана в соответствии с:**

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 17.02.2023) «Об образовании в Российской Федерации»
- Распоряжением Правительства РФ от 31 марта 2022 г. № 678-р «Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года»
- Приказом Министерства просвещения РФ от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»
- Приказом Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 года № 816 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»
- Приказом Министерства просвещения РФ от 03.09.2019 № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»
- Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеобразовательных программ;
- Методическими рекомендациями «Об использовании государственных символов Российской Федерации при обучении и воспитании детей и молодежи в образовательных организациях; а также, организациях отдыха детей и их оздоровления»;
- Уставом МБУ ДО ГДДТ г. Шахты и другими нормативными документами, регламентирующими деятельность организации дополнительного образования.

### **1.1.2 Направленность и вид программы**

**Направленность программы** – художественная.

**Вид программы** – модифицированная.

### **1.1.3 Новизна, актуальность, педагогическая целесообразность программы.**

**Актуальность программы.** Современные дети и подростки — первое поколение, рождённое в цифровой эпохе, для которого онлайн-пространство стало естественной средой обитания. Более 90 % подростков ежедневно проводят время в интернете, активно создавая и потребляя контент. В этих условиях медиаобразование перестаёт быть дополнительной опцией и превращается в необходимый элемент образования. Оно отвечает не только на запросы времени, но и на реальные потребности подрастающего поколения, стремящегося к самовыражению, коммуникации и профессиональному самоопределению в условиях цифровой трансформации общества.

**Новизна.** Программа сочетает в себе высокую востребованность со стороны подростков и родителей с практической направленностью на развитие цифровых и творческих компетенций. Она откликается на стремление каждого третьего подростка создать собственный блог или медиапроект, предоставляя не просто технические навыки — от видеомонтажа до копирайтинга, — но и осмысленный, этичный подход к медиадеятельности. Программа интегрирует элементы профориентации в цифровую эпоху, знакомя обучающихся с востребованными профессиями и позволяя уже в школьные годы формировать портфолио.

Особое внимание уделяется безопасности в цифровой среде: участники учатся распознавать манипуляции, защищать персональные данные и критически оценивать достоверность информации. При этом медиаобразование выступает не только как инструмент цифровой грамотности, но и как средство социальной адаптации — через развитие коммуникативных навыков, поиск единомышленников, творческую реализацию и формирование гражданской позиции.

**Педагогическая целесообразность** программы заключается в её способности системно формировать у подростков критическое отношение к медиаконтенту, развивать умение ориентироваться в многообразии цифровых сред и повышать общий уровень информационной культуры. Программа способствует не только приобретению практических навыков создания качественного контента, но и воспитанию ответственного цифрового гражданина, способного осознанно, безопасно и этично участвовать в медиaprостранстве. Это делает её неотъемлемой частью современного воспитательно-образовательного процесса, направленного на подготовку личности к жизни в условиях цифровой реальности.

### **1.1.4 Отличительные особенности программы**

Отличительная особенность программы заключается в том, что она выстраивает содержательный мост между неформальными увлечениями

подростков - такими как просмотр видеоконтента, участие в челленджах или создание постов в социальных сетях - и осознанным освоением профессионально значимых медиакомпетенций. Программа помогает трансформировать привычное времяпрепровождение в цифровой среде из пассивного развлечения в целенаправленную, творческую и образовательную деятельность, которая становится реальной инвестицией в будущее обучающегося - в его профессиональное самоопределение, личностный рост и социальную востребованность.

### **1.1.5 Адресат программы.**

Программа «Импульс» рекомендована детям от 10 до 17 лет.

Данный возрастной диапазон обусловлен спецификой развития когнитивных способностей, уровнем самостоятельности и активностью пользования современными средствами массовой коммуникации и Интернетом среди школьников младших классов и подростков старшего возраста.

Дети младшего школьного возраста (от 10 до 12 лет): характеризуются активным интересом к цифровому контенту, нуждаются в базовых знаниях о средствах массовой информации и правилах безопасного поведения в сети.

Подростки среднего и старшего звена (от 13 до 17 лет): активно используют социальные сети, мобильные устройства и мультимедийные сервисы, испытывают потребность в освоении инструментов анализа информации, критическом осмыслении сообщений и материалов, распространяемых в СМИ и Интернете.

### **1.1.6 Уровень программы, объем и сроки реализации**

**Уровень программы** – углубленный.

Программа предполагает углубление знаний по медианаправлению, создание условий для самостоятельной исследовательской деятельности.

**Срок обучения** - по программе составляет 4 года.

**Объем программы** - 972 часа.

### **1.1.7 Форма обучения**

**Форма обучения** – очная.

В дни невозможности посещения занятий обучающимися по болезни или в период карантина, а также в другие периоды особых режимных условий возможна реализация программы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Условием реализации программы на очном обучении с применением дистанционных технологий является наличие у педагога и обучающегося одного из устройств с выходом в сеть интернет: гаджета, компьютера или ноутбука. При переходе на дистанционное обучение программа будет реализовываться с помощью интернет-сервисов: SberJazz, Сферум, МАХ и др.

### **1.1.8. Особенности организации образовательного процесса.**

Образовательный процесс в программе выстроен с учётом принципов доступности, преемственности и индивидуального подхода. На 1 год обучения зачисление осуществляется по желанию ребёнка без предварительного отбора и требований к наличию начальных знаний или навыков в сфере медиа. Прохождение ознакомительного курса не является обязательным условием для поступления в группу базового уровня.

Переход обучающихся на 2 и 3 годы обучения (общекультурный и углублённый уровни) возможен как по итогам освоения предыдущего курса, так и на основании индивидуального собеседования, что позволяет учитывать как достигнутые результаты, так и мотивацию и потенциал ребёнка.

В течение учебного года допускается дополнительный приём учащихся в группы всех годов обучения при наличии свободных мест, что обеспечивает гибкость образовательной траектории и возможность включения в программу новых участников на любом этапе, если это соответствует их интересам и уровню подготовки.

#### 1.1.9. Режим занятий

Год обучения	Кол-во часов в неделю	Режим занятий	Кол-во часов в год	Кол-во обучающихся
1-й год обучения	4	2 раза в неделю по 2 ч.	144	Не менее 15
2-й год обучения	6	2 раза в неделю по 3 ч.	216	Не менее 12
3-й год обучения	8	4 раза в неделю по 2 ч.	288	Не менее 8
4-й год обучения	9	3 раза в неделю по 3 часа	324	Не менее 8

#### 1.1.10 Формы организации образовательного процесса

Занятие – как основная форма организации образовательного процесса. Это целостный, целенаправленный, ограниченный временными рамками отрезок образовательного процесса. Продолжительность занятия – 45 минут.

**Формы занятий, предусмотренные программой:** теоретические и практические занятия, беседы, викторины, ролевые игры, мастер-классы, просмотры видеоматериалов, выполнение творческих заданий, творческие практикумы, экскурсии и встречи с профессионалами, защита собственных творческих проектов, просмотр и обсуждение материалов СМИ, блогов, дебаты, анализ реальных медиакейсов.

**Педагогические технологии** - проектная деятельность, персонализация обучения, технология группового обучения, технология игровой деятельности, коммуникативная технология обучения, технология коллективной творческой деятельности, здоровьесберегающая технология.

### **1.1.11 Формы подведения итогов реализации программы**

Текущий контроль успеваемости, промежуточная и итоговая аттестация обучающихся являются частью образовательной деятельности, которая сопровождает освоение дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Импульс» и позволяет обучающимся оценить реальную результативность их творческой деятельности.

1. Групповые обсуждения: организация общих обсуждений с участниками программы, где они могут поделиться своими впечатлениями, результатами своей работы и планами на будущее.

2. Заполнение анкет или написание эссе, где участники описывают свои успехи, трудности и планы на будущее.

3. Проведение презентаций, где каждый участник рассказывает о своем участии в программе.

4. Видеоотчеты: создание коротких видеороликов, где участники показывают результаты своей работы, делятся впечатлениями и рассказывают о своих планах на будущее.

5. Портфолио: собрание всех работ и достижений участника в рамках программы в виде портфолио.

6. Проектная деятельность: создание личных и групповых проектов, распределение ролей, написание плана, сбор информации, подготовка и защита.

## **1.2 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ**

### **1.2.1 Цель программы**

**Цель:** формирование у обучающихся медиаграмотности, критического мышления и творческих компетенций, необходимых для осознанного, безопасного и ответственного участия в цифровом пространстве, а также для профессионального самоопределения в сфере медиа и коммуникаций.

### **1.2.2 Задачи программы**

**Обучающие задачи:**

- сформировать у обучающихся базовые и продвинутое знания в области медиа: от основ медиаграмотности и журналистики до принципов создания и редактирования фото-, аудио- и видеоконтента;
- обучить работе с современными цифровыми инструментами и платформами, используемыми в медиапроизводстве и продвижении;
- познакомить с ключевыми профессиями в сфере медиа и цифровых коммуникаций, расширив представление о возможностях профессионального самоопределения.

### **Развивающие задачи:**

- развивать критическое и аналитическое мышление через анализ медиатекстов, трендов и информационных повесток;
- способствовать формированию креативного мышления, навыков генерации идей и реализации авторских медиапроектов;
- совершенствовать коммуникативные, командные и презентационные навыки в процессе совместной проектной деятельности;
- стимулировать цифровую гибкость - способность адаптироваться к быстро меняющимся технологиям и медиаформатам.

### **Воспитательные задачи:**

- воспитывать ответственное и этичное поведение в цифровой среде, включая уважение к интеллектуальной собственности, правам других пользователей и нормам информационной безопасности;
- формировать культуру цифрового гражданства - умение выражать свою позицию, участвовать в общественных дискуссиях и действовать в интересах сообщества;
- содействовать развитию самооценки, уверенности в себе и стремления к постоянному саморазвитию через публичную презентацию своих работ и получение обратной связи.

## **1.3 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

### **1.3.1 Учебный план 1-го года обучения**

#### ***Образовательные задачи первого года обучения:***

- Дать базовые знания о социальных сетях и создании контента;
- Дать теоретические знания о съемке и монтаже видео;
- Научить начальным навыкам создания сценария для интервью, развлекательных и познавательных видео;
- Познакомить с правилами безопасного поведения в онлайн пространстве для несовершеннолетних;
- Научить взаимодействовать в коллективе;
- Научить создавать личные медиа-проекты .

#### **Учебный план 1-го года обучения**

№ п/ п	Название тем	Количество часов			Формы аттестации, диагностики, контроля
		Теори я	Практи ка	Всего	
1	Вводное занятие	2	2	4	Беседа
2	Цифровой след	4	8	12	Опрос, творческое задание
3	Контент	4	8	12	Опрос, проектное



					задание: мини-журнал/видео-клип, дискуссия
4	Личные страницы	4	16	20	Опрос, проектное задание «Моя личная страница», творческий конкурс
5	Подготовка личного контента: работа с камерой, фото для аватаров	4	16	20	Мини-портфолио «Мой цифровой образ»
6	Формат интервью	4	6	10	Ролевая игра
7	Размещение материалов и обсуждение плюсов и минусов каждой работы группой	2	8	10	Опрос, дискуссия
8	Видео: формат челленджа	2	6	8	Опрос, Видео-челлендж
9	Самостоятельный монтаж видео и подготовка к публикации	2	8	10	Презентация видео-проекта
10	Фото. Съемка и обработка портретов друг друга .	2	10	12	Мини-выставка «Портрет моего друга»
11	Просмотр и обсуждение работ группой	2	2	4	Педагогическое наблюдение, рефлексия
12	Продвижение на примере ВК, хештеги, коллаборация	2	6	8	Публикация постов в ВК, пост-коллаборация
13	Анализ страниц друг друга группой	2	2	4	Педагогическое наблюдение, работа над ошибками
14	Итоговое занятие. Подведение итогов 1-го года обучения	-	2	2	Защита итоговых проектов
15	Резервные часы	-	-	8	
	Всего	36	100	144	

### 1.3.2 Содержание учебного плана 1-го года обучения

#### Тема 1. Вводное занятие

**Теория.** Правила техники безопасности. Ввод в тематику занятий. Цели и задачи образовательной программы. Знакомство с детьми, опрос о хобби, увлечениях.

**Практика.** Игры на знакомство, ознакомление с программой, темами, расписанием.

## **Тема 2. Цифровой след.**

**Теория.** Понятие «цифрового следа»: активное и пассивное присутствие пользователей в сети. Демонстрация примеров активного и пассивного цифрового следа. Приведение реальных ситуаций, иллюстрирующих последствия наличия большого объема информации о себе в сети.

**Практика.** Анализ профиля ученика в социальной сети. Сомостоятельная оценка своего профиля в соцсетях, выявляя наличие избыточной информации личного характера, негативно влияющей на безопасность и конфиденциальность. Работа в группах: обсуждение вопросов о защите конфиденциальности в сети. Выполнение творческого задания «Кто найдет больше?»

## **Тема 3. Контент**

**Теория.** Что такое контент: понимание термина, зачем нужен хороший контент. Какими мы видим свои страницы. Что и где будем размещать, цифровые инструменты.

**Практика.** Групповая работа над созданием мини-журнала или видео-клипа: обучающиеся распределяются на команды, выбирают тематику, коллективно ищут идеи, материалы, делают подборку интересных сюжетов. Готовят тексты, рисуют иллюстрации, снимают короткие видеоролики. Представляют готовые проекты друг другу, проводят обсуждение, отмечают сильные стороны каждого проекта.

## **Тема 4. Личные страницы**

**Теория.** Понятие личной страницы: что это такое, зачем нужны личные страницы в интернете. Безопасность личных страниц: правила безопасного поведения в сети, настройка приватности. Элементы качественной личной страницы: аватар, описание, обложка, посты, взаимодействие с аудиторией.

Эффективные способы привлечения подписчиков и поддержания интереса.

Шапка профиля. Стиль, цвет.

**Практика.** Индивидуальная разработка личных страниц: каждый обучающийся создает собственную страницу, выбирает дизайн, стиль изложения, наполняет контентом. Совместный разбор ошибок и удачных решений, обмен опытом и рекомендациями. Конкурс на самую интересную и популярную личную страницу. Квест по социальным сетям: поиск полезных постов, изучение новых функций платформ, выполнение творческих заданий.

## **Тема 5. Подготовка личного контента: работа с камерой, фото для аватаров.**

**Теория.** Принципы визуального самопредставления в цифровой среде: что передаёт аватар, как он влияет на восприятие профиля. Требования к качеству фото: освещение, фон, выражение лица, композиция. Психология ракурсов: как выглядеть уверенно и естественно перед камерой. Советы по позированию и эмоциональному настрою.

**Практика.** Съёмка фото на аватар: обучающиеся по очереди фотографируют друг друга в разных условиях (естественный свет, студийный свет, с окном, с нейтральным фоном). Эксперимент с позами, мимикой, стилем. Отбор лучших кадров, обсуждение: «Какое фото лучше отражает меня?». Обработка выбранных фото в редакторах (яркость, контраст, кадрирование). Создание мини-портфолио «Мой цифровой образ».

## **Тема 6. Формат интервью.**

**Теория.** Что такое интервью и зачем оно нужно в медиа. Виды интервью: информационное, портретное, экспертное. Структура интервью: вступление, основные вопросы, финал. Как составлять вопросы: открытые и закрытые, уважительные и провокационные. Подготовка к интервью: выбор героя, репетиция, техническая проверка.

**Практика.** Работа в парах: один — журналист, другой — герой. Составление списка вопросов, подготовка локации. Проведение короткого видеointerview (2–3 минуты). После — смена ролей. Просмотр записей, обсуждение: насколько вопросы были интересными и уместными, как герой чувствовал себя перед камерой.

## **Тема 7. Размещение материалов и обсуждение плюсов и минусов каждой работы группой**

**Теория.** Принципы конструктивной обратной связи: как хвалить и критиковать так, чтобы это было полезно. Критерии оценки медиаконтента: оригинальность, техническое качество, ясность послышки, визуальная гармония. Правила взаимоуважения при обсуждении чужой работы.

**Практика.** Каждый участник (или команда) представляет свой мини-проект (аватар, интервью, фото и др.). Группа заполняет анкету или карточку с отзывом: «Что понравилось», «Что можно улучшить», «Идея для развития». Коллективное обсуждение в кругу с соблюдением правил уважительного диалога. Педагог подводит итог, акцентируя сильные стороны и зоны роста.

## **Тема 8. Видео: формат челленджа**

**Теория.** Что такое челлендж: история формата, его популярность в соцсетях, цели (развлечение, социальный посыл, вовлечение). Примеры позитивных и негативных челленджей. Как придумать безопасный, креативный и вирусный челлендж. Этические границы: не навреди, не унижай, не манипулируй.

**Практика.** Коллективное придумывание собственного челленджа на социально значимую тему (например, «Челлендж добрых дел»). Съёмка короткого видеовызова с участием всей группы. Монтаж базовой версии. Обсуждение: почему именно этот челлендж может быть востребован аудиторией.

## **Тема 9. Самостоятельный монтаж видео и подготовка к публикации**

**Теория.** Этапы финальной подготовки контента: отбор кадров, монтаж, добавление музыки и титров, проверка на ошибки. Требования к формату видео для разных платформ (соотношение сторон, длительность, формат файла). Проверка на соблюдение авторских прав и этических норм.

**Практика.** Обучающиеся самостоятельно монтируют своё видео (интервью, челлендж, авторский ролик) с помощью выбранного редактора. Добавляют финальные штрихи: логотип, название, хештеги в описании. Педагог консультирует индивидуально. Подготовка к презентации: описание ролика, цель, целевая аудитория.

## **Тема 10. Фото. Съёмка и обработка портретов друг друга**

**Теория.** Основы портретной фотографии: работа со светом, фоном, выражением глаз и эмоциями. Психологический контакт между фотографом и моделью. Правила композиции для портрета: правило третей, направление взгляда, глубина резкости. Базовые приёмы обработки: коррекция кожи, тон кожи, улучшение света.

**Практика.** Парная работа: съёмка портретов в студийных или естественных условиях. Эксперимент с освещением (окно, лампа, отражатель). Обработка портретов в мобильных приложениях или редакторах. Создание мини-выставки «Портрет моего друга».

## **Тема 11. Просмотр и обсуждение работ группой**

**Теория.** Значение рефлексии в творческом процессе. Как анализ чужих работ помогает расти самому. Принципы групповой оценки: объективность, поддержка, внимание к деталям.

**Практика.** Коллективный просмотр всех завершённых работ (видео, фото, интервью). Каждый автор кратко рассказывает о своём замысле. Группа даёт обратную связь по заранее определённым критериям. Педагог фиксирует ключевые успехи и общие рекомендации. Участники делают заметки для личного портфолио.

## **Тема 12. Продвижение на примере ВК, хештеги, коллаборация**

**Теория.** Особенности ВКонтакте как медиаплатформы для подростков и молодёжи. Как работают хештеги и зачем они нужны. Что такое коллаборация и как она увеличивает охват. Примеры успешных школьных и молодёжных медиапроектов в ВК. Основы контент-плана и регулярности публикаций.

**Практика.** Создание учебной группы или паблика в ВК (имитация или реальный проект при согласии). Публикация одного из своих материалов с подбором хештегов, описанием и призывом к действию. Планирование коллаборации: «С кем из одноклассников я хочу сделать совместный пост?». Выполнение задания: написать пост-приглашение к коллаборации.

## **Тема 13. Анализ страниц друг друга группой**

**Теория.** Как оценивать личную или проектную страницу: структура,

визуальный стиль, качество контента, безопасность, вовлечённость. Что делает страницу привлекательной и доверительной. Ошибки начинающих: избыток личного, хаотичность, низкое качество контента.

**Практика.** Участники обмениваются ссылками (или показывают скриншоты) своих учебных страниц. В мини-группах проводится анализ по чек-листу: «Что нравится», «Что можно улучшить», «Совет по стилю/безопасности». Каждый получает письменную или устную обратную связь. По итогу — доработка собственной страницы.

#### **Тема 14. Итоговое занятие. Подведение итогов 1-го года обучения**

**Практика.** Презентация итоговых портфолио: каждый участник показывает 2–3 лучших работы за год. Награждение символическими дипломами («Лучший оператор», «Мастер хештегов», «Медиаэтик года» и т.д.). Коллективное фото на память. Анкетирование: «Что понравилось?», «Что добавить?», «Хочу ли я продолжить?». Рефлексия в кругу: одно слово о прошедшем годе.

### **1.3.3 Учебный план 2-го года обучения**

#### ***Образовательные задачи второго года обучения:***

- Углубить знания и отработать умения детей по данной программе;
- Углубить базовые знания о социальных сетях и создании контента;
- Углубить теоретические и практические знания о съемке и монтаже видео;
- Познакомить с основами видеоблогинга, сторителлинга и азами подкаста;
- Познакомить с медийной этикой и журналистская добросовестность;
- Способствовать развитию самостоятельности обучающихся;
- Приучать детей к партнерству.

#### **Учебный план 2-го года обучения**

№ п/ п	Название разделов, тем	Количество часов			Формы аттестации, диагностики, контроля
		Теори я	Практика	Всего	
1	Вводное занятие	1	2	3	Беседа. Инструктаж.
2	Медиа карта недели	3	9	12	Медиа карта недели
3	Анализ визуального контента	3	12	15	Опрос, групповой проект
4	Производство мультимедийного контента	3	12	15	Мини-проект «Мой город»
5	Цифровая грамотность и безопасность	6	12	18	Разработка личной инструкции

6	Личный медиапроект: от идеи к реализации	3	9	12	Медиапроект
7	Общий медиапроект и творческая презентация	3	9	12	Медиапроект
8	Основы видеоблогинга и сторителлинга	6	12	18	Видеоролик
9	Азы подкастинга	3	12	15	Мини-подкаст
10	Медийная этика и журналистская добросовестность	6	6	12	Решение кейсов
11	Визуальная идентичность и фирменный стиль	6	15	21	Разработка личного визуального стиля
12	Работа с аудиторией и обратной связью	6	12	18	Опрос, тест
13	Основы SMM для начинающих	6	12	18	Контент-план
14	Подготовка к участию в конкурсах и фестивалях	3	12	15	Участие в конкурсе
15	Итоговое занятие		3	3	Защита презентации медиапроекта
16	Резервные часы			9	
	Всего	58	149	216	

### 1.3.4 Содержание учебного плана 2-го года обучения

#### Тема 1. Вводное занятие.

**Теория.** Повторение и актуализация знаний первого года. Углубляем понимание роли медиа в обществе. Правила техники безопасности.

**Практика.** Опрос знаний первого года, ознакомление с программой 2-го года обучения, темами, расписанием.

#### Тема 2. Медиа карта недели

**Теория.** Понятие медиакарты как визуального итога событий за неделю. Цель, структура, элементы (фото, текст, цитаты, дата). Примеры школьных и городских медиакарт.

**Практика.** Командное создание медиакарты недели: сбор новостей, фото и цитат, оформление в Figma или другом редакторе, презентация и обсуждение готового продукта.

#### Тема 3. Анализ визуального контента

**Теория.** Что такое визуальный контент: фотографии, инфографика, видео, обложки, сторис. Как цвет, композиция, шрифт и образ передают смысл и эмоции. Семиотика медиа: знаки, символы, стереотипы в визуале. Примеры удачных и неудачных кейсов.

**Практика.** Анализ рекламных кампаний, постов инфлюенсеров, новостных сюжетов. Групповая работа: «Расшифруй посыл».

#### **Тема 4. Производство мультимедийного контента**

**Теория.** Понятие мультимедийного контента: сочетание текста, фото, видео, аудио, графики. Форматы: сторителлинг, дайджест, интерактивный пост, медиаэссе. Этапы производства: сценарий - сбор материалов - монтаж - публикация.

**Практика.** Создание мультимедийного мини-проекта на тему «Мой город». Использование CapCut, Figma, Movavi, Corel, Padlet и др. Презентация и взаимооценка.

#### **Тема 5. Цифровая грамотность и безопасность**

**Теория.** Продвинутые аспекты цифровой гигиены: двухфакторная аутентификация, управление цифровым следом, настройка приватности в мессенджерах и соцсетях. Угрозы: фишинг, доксинг, deerfake.

**Практика.** Аудит собственного цифрового следа. Разработка личной «инструкции безопасности в сети». Ролевая игра: «Как реагировать на кибербуллинг?».

#### **Тема 6. Личный медиапроект: от идеи к реализации**

**Теория.** Что такое личный медиапроект: блог, подкаст, фотоальбом, видеодневник. Этапы: определение темы, ЦА, формата, контент-план. Работа с личным брендом.

**Практика.** Разработка концепта личного медиапроекта. Создание пилотного выпуска (видео, пост, аудио). Защита проекта перед группой и получение обратной связи.

#### **Тема 7. Общий медиапроект и творческая презентация**

**Теория.** Принципы командной работы над медиапроектом: распределение ролей, дедлайны, коммуникация. Виды общих проектов: медиагазета, социальная кампания, документальный мини-фильм. Подготовка к публичной презентации.

**Практика.** Запуск общего проекта. Например, «Медиа-неделя в школе» или «Документальный сериал о героях нашего времени»

#### **Тема 8. Основы видеоблогинга и сторителлинга**

**Теория.** Что делает видео «цепляющим»: структура, ритм, эмоции. Техники сторителлинга: герой, конфликт, развязка. Работа с голосом, жестами, камерой. Разница между образовательным, развлекательным и активистским контентом.

**Практика.** Съёмка и монтаж личного видеоролика в формате сторителлинга («Моя история», «Чему я научился за год»). Разбор работ по критериям вовлечённости и искренности.

#### **Тема 9. Азы подкастинга**

**Теория.** Что такое подкаст и почему он популярен. Форматы: интервью, монолог, дискуссия. Оборудование и программы для записи (Anchor, Audacity, GarageBand). Этапы создания: сценарий - запись - монтаж - обложка - публикация.

**Практика.** Запись мини-подкаста в паре на тему «Медиа и подростки: вызовы и возможности». Обработка аудио, создание обложки, публикация в цифровой среде.

#### **Тема 10. Медийная этика и журналистская добросовестность**

**Теория.** Принципы медиаэтики: правда, баланс, уважение, недопущение вреда. Ответственность за слово и кадр. Примеры этических дилемм в медиа (публикация личной трагедии, съёмка без согласия и др.).

**Практика.** Разбор кейсов: «Можно ли это публиковать?». Создание «Кодекса медиаэтики для репортёра». Обсуждение в формате этического совета.

#### **Тема 11. Визуальная идентичность и фирменный стиль**

**Теория.** Что такое визуальный стиль: цветовая палитра, шрифты, логотип, шаблоны. Зачем он нужен даже личному блогу. Примеры узнаваемых стилей. Основы брендинга в соцсетях.

**Практика.** Разработка визуального стиля для своего личного медиапроекта или школьного медиасообщества. Создание шаблонов для сторис, обложек, постов в Figma или аналогах.

#### **Тема 12. Работа с аудиторией и обратной связью**

**Теория.** Кто такая ЦА (целевая аудитория) и как её изучать. Методы сбора обратной связи: опросы, комментарии, аналитика. Как реагировать на критику, троллинг, поддержку. Вовлечение подписчиков: голосования, челленджи, прямые эфиры.

**Практика.** Создание опроса для своей аудитории. Анализ вымышленных (или реальных, при наличии) комментариев. Тренинг: «Как отвечать на негатив без эмоций».

#### **Тема 13. Основы SMM для начинающих**

**Теория.** Что такое SMM и зачем он нужен даже маленькому проекту. Понятие охвата, вовлечённости, CTR. Как алгоритмы выбирают, что показывать. Планирование контента: контент-план, сетка публикаций, сезонность.

**Практика.** Составление контент-плана на неделю для своего проекта. Использование Trello или Notion для планирования.

#### **Тема 14. Подготовка к участию в конкурсах и фестивалях**



**Теория.** Обзор медиаконкурсов для участия («Большая перемена», «МедиаШкола», «МедиаПритяжение» «Юный журналист Дона», городские и региональные фестивали). Как готовить заявку: сопроводительное письмо, описание проекта, портфолио.

**Практика.** Подготовка конкурсной работы на основе личного или командного проекта. Тренировка защиты проекта. Проведение «внутреннего фестиваля» с жюри.

## Тема 15. Итоговое занятие

**Практика.** Публичная презентация личного и общего медиапроектов перед приглашёнными (родителями, педагогами, представителями Движения Первых и др.). Вручение сертификатов. Рефлексия: «Что я уношу с собой?».

### 1.3.5 Учебный план 3-го года обучения

#### *Образовательные задачи третьего года обучения:*

- Развить и закрепить знания и умения детей по данной программе;
- Закрепить знания о социальных сетях и создании контента;
- Закрепить теоретические и практические знания о съемке и монтаже видео;
- Научить пользоваться профессиональными фото и видео камерами;
- Углубить навыки создания сценариев для интервью, развлекательных и познавательных видео;
- Научить создавать комплексный медиа продукт;
- Научить основам продвижения своего продукта;
- Способствовать развитию сотрудничества и достижения коллективной цели при работе в творческой группе.

### Учебный план 3-го года обучения

№ п/ п	Название разделов, тем	Количество часов			Формы аттестации, диагностики, контроля
		Теория	Практика	Всего	
1	Вводное занятие	1	1	2	Беседа
2	Повторение: жанры и форматы		4	4	Видео\пост
3	Обсуждение новых трендов. Что изменилось? Что появилось нового?	4	16	20	Исследовательская работа: «Тренд- трекинг»
4	Учимся различать стили блогов	4	16	20	Групповая рефлексия
5	Сила формата.	4	16	20	Съемка видео в 2х

	Рутуб и ВК-видео				форматах
6	Сценарное мастерство	4	16	20	Написание сценария, тест
7	Операторский уровень	4	16	20	Съемка видео, проект
8	Магия монтажа	4	16	20	Итоговый видео ролик, дискуссия
9	Графика для блога	4	16	20	Разработка обложки, защита проекта
10	Аудит медиапрофиля	4	12	16	Чек-лист, групповая рефлексия
11	Подкаст как формат самовыражения	4	12	16	Запись подкаста, опрос, беседа
12	Работа со звуком: голос, музыка, шумы	4	16	20	Групповая проектная деятельность, защита проекта
13	Этика и право в медиа	8	8	16	Викторина, тест, опрос
14	Фотография как язык: композиция, свет, эмоция	4	10	14	Фотопрогулка, беседа
15	Аналитика: как понять, что работает	4	16	20	Опрос
16	Медиапрезентация: как защитить проект	4	20	24	Публичная защита проекта, дискуссии, групповая рефлексия
17	Итоговое занятие		4	4	Публичная защита проекта
18	Резервные часы			12	
	Всего	61	215	288	

### 1.3.6 Содержание учебного плана 3-го года обучения

#### Тема 1. Вводное занятие

**Теория.** Правила техники безопасности. Ввод в тематику занятий.

**Практика.** Игры на знакомство, ознакомление с программой 3-го года обучения, темами, расписанием.

## **Тема 2. Повторение и углубление. Жанры и форматы**

**Практика.** Обзор медиажанров: образовательный, развлекательный, новостной, активистский, документальный, художественный. Форматы: короткий ролик, влог, обзор, репортаж, сторителлинг, челлендж. Отличия и особенности подачи.

Анализ популярных медиапроектов по жанрам. Создание мини-видео или поста в новом для себя жанре с последующим обсуждением: «Почему именно так?».

## **Тема 3. Обсуждение новых трендов. Что изменилось? Что появилось нового?**

**Теория.** Актуальные тренды в медиа (2025–2026): AI-генерация контента, интерактивные форматы, аудиовизуальные подкасты, короткие документалки, микроплатформы. Как тренды влияют на выбор формата и аудиторию.

**Практика.** Исследовательская мини-работа: «Тренд-трекинг». Участники находят и представляют 1–2 свежих тренда, пробуют внедрить его в короткий контент.

## **Тема 4. Учимся различать стили блогов:**

**Теория.** Стили подачи: лаконичный, эмоциональный, экспертный, юмористический, минималистичный, драматичный. Влияние стиля на восприятие и лояльность аудитории. Анализ стилей известных российских и международных блогеров. Влоги, обзоры, гайды, летсплеи, скетчи, сторителлинг.

**Практика.** Съёмка видео в определенном стиле. Перезапись одного и того же текста в разных стилях (работа в парах). Обсуждение: «Какой стиль ближе тебе? Почему?».

## **Тема 5. Сила формата. Рутуб и ВК видео.**

**Теория.** Особенности платформ: алгоритмы, форматы, ЦА, возможности монетизации и продвижения. Чем отличается контент для Rutube (длинный, аналитический) и ВК Видео (короткий, эмоциональный).

**Практика.** Адаптация одного сценария под обе платформы. Съёмка и монтаж двух версий. Сравнительный разбор: «Что работает где и почему?».

## **Тема 6. Сценарное мастерство**

**Теория.** Структура сценария: завязка, развитие, кульминация, развязка. Работа с конфликтом, ритмом, диалогами. Техники удержания внимания.

**Практика.** Написание сценария для 3–5-минутного видео. Взаимная рецензия и доработка. Подготовка к съёмке.

## **Тема 7. Операторский уровень**

**Теория.** Продвинутая композиция: глубина резкости, движение камеры, свет как эмоция, работа с естественным и искусственным светом. Обзор оборудования: стабилизаторы, микрофоны, софтбоксы.

**Практика.** Съёмка сцен из собственного сценария с использованием разных приёмов (ракурсы, движение, свет). Разбор кадров: что усиливает посыл?

#### **Тема 8. Магия монтажа.**

**Теория.** Принципы динамичного монтажа: ритм, переходы, цветокоррекция, звуковой ландшафт. Как монтаж формирует эмоции и смысл. Обзор продвинутых функций CapCut Pro, Adobe Premiere.

**Практика.** Монтаж отснятого материала с акцентом на художественное и эмоциональное воздействие. Добавление музыки, титров, визуальных эффектов

#### **Тема 9. Графика для блога.**

**Теория.** Роль визуального оформления: обложки, баннеры, сторис-шаблоны, иконки. Принципы фирменного стиля: палитра, шрифты, сетка. Инструменты: Canva Pro, Figma, Adobe Express.

**Практика.** Создание единой графической системы для своего блога: обложка, шаблоны для 3 типов постов, аватар. Тестирование на узнаваемость.

#### **Тема 10. Аудит медиапрофиля**

**Теория.** Что такое аудит профиля: анализ визуала, контента, активности, вовлечённости, безопасности. Критерии эффективности.

**Практика.** Самостоятельный аудит своего (или учебного) профиля по чек-листу. Разработка плана улучшений.

#### **Тема 11. Подкаст как формат самовыражения**

**Теория.** Структура подкаста, форматы (соло, диалог, дискуссия), оборудование, платформы для публикации.

**Практика.** Запись и монтаж 5-минутного эпизода на актуальную тему. Создание обложки и описания.

#### **Тема 12. Работа со звуком: голос, музыка, шумы**

**Теория.** Роль звука в восприятии контента. Как записывать чистый голос, подбирать музыку, работать с фоновыми шумами.

**Практика.** Озвучка видео без оригинального звука. Создание звукового ландшафта для сцены.

#### **Тема 13. Этика и право в медиа**

**Теория.** Авторское право, согласие на съёмку, защита частной жизни, ответственность за контент. Основы законодательства (в упрощённой форме).

**Практика.** Разбор кейсов: «Можно ли это опубликовать?». Составление этического кодекса для своей медиакоманды.

#### **Тема 14. Фотография как язык: композиция, свет, эмоция**

**Теория.** Основы визуального языка фотографии: как через кадр передать мысль и чувство. Правила композиции (правило третей, ведущие линии, симметрия, глубина), работа со светом (направление, мягкость, контраст), роль момента и эмоции. Разбор фототехники (зеркальный фотоаппарат, штатив, софтбоксы, отражатели)

**Практика.** Фотопрогулка или студийная съёмка на заданную тему (например, «Одиночество», «Радость», «Город моей мечты»). Участники делают серии кадров, применяя разные приёмы. Отбор лучших работ, обсуждение: «Что чувствует зритель?». Создание мини-фотосерии из 3 кадров с заголовком и кратким текстом.

#### **Тема 15. Аналитика: как понять, что работает**

**Теория.** Введение в базовую аналитику: охват, вовлечённость, удержание, CTR. Где смотреть статистику (ВК, Rutube).

**Практика.** Анализ данных своего (или учебного) поста/видео. Выводы и корректировка стратегии.

#### **Тема 16. Медиапрезентация: как защитить проект**

**Теория.** Структура выступления: проблема — решение — результат. Работа с голосом, жестами, слайдами.

**Практика.** Тренировка защиты итогового проекта. Видеозапись и саморефлексия.

#### **Тема 17. Итоговое занятие**

**Практика.** Рефлексия: «Чему я научился?», «Как изменился мой подход к медиа?». Планирование дальнейшего пути. Публичная защита годового медиапроекта (видео, блог, подкаст, медиакампания).

### **1.3.7 Учебный план 4-го года обучения**

#### ***Образовательные задачи четвертого года обучения:***

- Развить и закрепить знания и умения по данной программе;
- Закрепить знания о социальных сетях и создании контента;
- Углубить знания о профессиональной фото и видео технике;
- Углубить знания о комплексном медиа продукте;
- Углубить базовые знания о продвижении своего продукта;
- Научить навыком публичных выступлений;
- Способствовать формированию осознанного отношения к профессии медийщика как виду профессиональной деятельности.

#### **Учебный план 4-го года обучения**

№ п/ п	Название разделов, тем	Количество часов			Формы аттестации, диагностики, контроля
		Теория	Практика	Всего	
1	Вводное занятие	1	2	3	Беседа. Инструктаж.
2	Введение в профессиональный мир SMM	6	12	18	Педагогическое наблюдение, опрос, создание профиля smm-

					стажера
3	Этика работы при представлении аккаунтов заказчика	3	15	18	Кейс-игра, дебаты
4	Теория создания контента/контент план	3	9	12	Контент-план, опрос
5	Практика по работе с контентом		18	18	3–5 постов по контент-плану
6	Работа с заказчиком	3	18	21	Ролевая игра
7	Представление себя в инфопространстве	6	18	24	Портфолио медиаспециалиста
8	Коллаборации	3	12	15	Видео
9	Фотосъемка	3	12	15	Выставка фотографий
10	Введение в таргетированную рекламу	6	12	18	Педагогическое наблюдение, беседа
11	Аналитика и KPI: как измерять успех	3	9	12	Анализ, рефлексия
12	Копирайтинг для соцсетей	3	21	24	Посты в соцсети
13	Визуальный стиль бренда	3	21	24	Гайдлайн для учебного бренда
14	Работа с негативом и кризисами в соцсетях	3	9	12	Тренинг, ролевая игра
15	Прямые эфиры и сторис как инструмент вовлечения	3	12	15	Запись прямого эфира
16	Создание медиапрезентации для заказчика	3	15	18	Защита презентации
17	Портфолио и резюме медиаспециалиста	3	18	21	Защита портфолио и резюме
18	Участие в реальных конкурсах и	3	18	21	Заявка на конкурс или грант

	грантах				
19	Итоговое занятие		3	3	Защита портфолио
20	Резервные часы			12	
	Всего	58	254	324	

### 1.3.8 Содержание учебного плана 4-го года обучения

#### Тема 1. Вводное занятие

**Теория.** Правила техники безопасности. Ввод в тематику занятий. Повторение материала прошлых лет.

**Практика.** Ознакомление с программой, темами, расписанием, повторение материала прошлых лет.

#### Тема 2. Введение в профессиональный мир SMM

**Теория.** Кто такой SMM-специалист? Зоны ответственности: контент, аналитика, взаимодействие с аудиторией, продвижение. Типы заказчиков: бизнес, НКО, школы, личные бренды. Требования рынка.

**Практика.** Изучение вакансий и резюме SMM-специалистов. Создание «профиля SMM-стажёра» с перечнем навыков и примеров работ.

#### Тема 3. Этика работы при представлении аккаунтов заказчика

**Теория.** Принципы этичной работы: честность, прозрачность, уважение к ценностям заказчика, конфиденциальность. Что нельзя делать: накрутка, скрытая реклама, использование чужого контента.

**Практика.** Разбор кейсов: «Этично или нет?». Составление «Этического кодекса SMM-агентства».

#### Тема 4. Теория создания контента/контент план

**Теория.** Этапы создания контента: исследование - идея - формат - производство - публикация - анализ. Структура контент-плана: темы, форматы, даты, цели, хештеги. Инструменты: Notion, Trello, Excel.

**Практика.** Разработка контент-плана на месяц для учебного «заказчика» (школьный кружок, библиотека, экопроект).

#### Тема 5. Практика по работе с контентом

**Теория.** Краткий разбор: как адаптировать контент под разные платформы (ВК, Rutube).

**Практика.** Создание 3–5 постов по контент-плану: текст + визуал. Работа в редакторах (Canva, CapCut). Внутренняя модерация и доработка.

#### Тема 6. Работа с заказчиком

**Теория.** Этапы взаимодействия: бриф - согласование - правки - сдача. Как задавать правильные вопросы, слушать, управлять ожиданиями.

**Практика.** Ролевая игра: «Встреча с заказчиком». Один - заказчик (учитель, педагог, вымышленный клиент), другие - SMM-команда. Составление брифа.

### **Тема 7. Представление себя в инфопространстве**

**Теория.** Личный бренд в медиа: зачем он нужен, как его строить. Что включает: аватар, шапка профиля, портфолио, тон общения, визуальный стиль.

**Практика.** Редизайн личного профиля под «портфолио медиаспециалиста». Создание медиавизитки (видео/пост/сайт на Tilda/Notion).

### **Тема 8. Коллаборации**

**Теория.** Зачем нужны коллаборации: рост аудитории, обмен опытом, усиление посыла. Как искать партнёров, договариваться, делить ответственность.

**Практика.** Планирование и проведение реальной или учебной коллаборации (например, совместный челлендж с другой группой или школой).

### **Тема 9. Фотосъемка**

**Теория.** Фото в коммерческом и социальном контенте: продукт, событие, портрет, атмосфера. Требования к качеству, освещению, стилю.

**Практика.** Съёмка для «заказа»: фото мероприятия, товара (учебный объект), героя. Обработка и передача «заказчику» с пояснением выбора кадров.

### **Тема 10. Введение в таргетированную рекламу**

**Теория.** Что такое таргет, зачем он нужен, где запускается (ВК). Основные параметры: ЦА, бюджет, цель кампании.

**Практика.** Создание учебной рекламной кампании в конструкторе ВК (без реального запуска). Анализ гипотетических результатов.

### **Тема 11. Аналитика и KPI: как измерять успех**

**Теория.** Понятие KPI: охват, вовлечённость, клики, подписки. Как интерпретировать данные и делать выводы.

**Практика.** Анализ статистики учебного аккаунта. Подготовка отчёта для «заказчика»: что сработало, что улучшить.

### **Тема 12. Копирайтинг для соцсетей**

**Теория.** Принципы написания цепляющих текстов: заголовок, польза, призыв к действию, работа с эмоциями. Типы текстов: анонс, сторителлинг, экспертиза.

**Практика.** Написание 3 разных текстов для одного события. Взаимная проверка по чек-листу.

### **Тема 13. Визуальный стиль бренда**

**Теория.** Что входит в визуальный стиль: палитра, шрифты, иконки, сетка, фирменные элементы.

**Практика.** Разработка гайдлайна для учебного бренда (школьного проекта или вымышленного). Применение в 3 постах.



#### **Тема 14. Работа с негативом и кризисами в соцсетях**

**Теория.** Типы негатива: критика, троллинг, фейки. Принципы ответа: спокойствие, факт, эмпатия.

**Практика.** Тренинг: «Как ответить?». Разбор кейсов, составление шаблонов ответов.

#### **Тема 15. Прямые эфиры и сторис как инструмент вовлечения**

**Теория.** Зачем нужны эфиры и сторис, как их планировать, какие ошибки избегать.

**Практика.** Проведение учебного эфира или серии сторис для «заказчика»

#### **Тема 16. Создание медиапрезентации для заказчика**

**Теория.** Структура презентации: проблема - решение - кейс - результат - предложение.

**Практика.** Подготовка и защита презентации «Наше SMM-агентство» перед «потенциальным заказчиком» (педагогом или приглашённым).

#### **Тема 17. Портфолио и резюме медиаспециалиста**

**Теория.** Что включать в портфолио: проекты, метрики, отзывы. Как оформить резюме для стажировки.

**Практика.** Создание цифрового портфолио (на Notion или PDF). Взаимный обмен и обратная связь.

#### **Тема 18. Участие в реальных конкурсах и грантах**

**Теория.** Обзор медиаконкурсов и молодёжных грантов («Большая перемена», «Движение Первых», «Росмолодежь» «МедиаШкола», региональные программы).

**Практика.** Подготовка заявки на конкурс или грант на основе годового проекта.

#### **Тема 19. Итоговое занятие**

**Практика.** Публичная презентация проектов по итогу всего обучения по программе. Защита портфолио. Защита резюме.

### **1.4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Результатом общеразвивающей программы является формирование предметных, метапредметных и личностных результатов.

#### **Предметные результаты:**

- знать основы медиаграмотности, этики и безопасности в цифровой среде;
- знать базовые техники фото- и видеосъёмки, аудиозаписи, графического оформления и видеомонтажа;
- уметь создавать разные типы медиаконтента (посты, сторис, видео, подкасты, медиакампании) с учётом целевой аудитории и платформы;

- знать основы работы с популярными цифровыми инструментами (видеоредакторы, графические приложения, платформы для публикаций);
- знать принципы работы современных медиа, алгоритмы продвижения и основы SMM;
- Знать и уметь применять принципы безопасного и этичного поведения в сети: защита данных, авторские права, цифровой след;
- иметь собственное медиапортфолио, отражающее индивидуальный творческий путь и приобретённые компетенции.

#### **Метапредметные результаты:**

- уметь критически анализировать информацию, выявлять скрытые смыслы, манипуляции и признаки дезинформации;
- уметь ставить цели, планировать и реализовывать медиапроекты от идеи до публикации;
- применять навыки коммуникации, презентации и работы в команде;
- уметь использовать цифровые инструменты для поиска, обработки, создания и распространения информации;
- иметь навыки набора текста на компьютере, работы с офисными приложениями;
- уметь оценивать собственные действия, принимать обратную связь и вносить коррективы в свою работу;
- уметь доносить идеи ясно, убедительно и в соответствии с форматом платформы публикации контента;
- уметь выполнять различные роли в группе (оператор, диктор, корреспондент, фотограф, монтажер и др.).

#### **Личностные результаты:**

- владеть такими качествами, как коммуникабельность, общая эрудиция, уровень культуры, выразительность речи, дисциплину и ответственность за порученное дело;
- владеть принципами уважения и доброжелательности, взаимопомощи и сопереживания в общении и взаимодействии с окружающими;
- сформирована мотивация к осознанному и ответственному участию в цифровой среде;
- владеть чувством ответственности за собственный контент и поведение в онлайн-пространстве;
- быть уверенным в себе как в творческой личности и авторе медиапродуктов;
- сформирована устойчивая внутренняя позиция, основанная на уважении к правде, этике и правам других пользователей медиа;
- есть стремление использовать медиа для социально значимых целей.

## **РАЗДЕЛ 2 КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ**

### **2.1 КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК**

Форма «Календарный учебный график» размещена в приложении №1

### **2.1. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

#### **2.2.1 Материально-техническое обеспечение**

Для организации и осуществления образовательно-воспитательного процесса необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

- помещение для занятий, оборудованное шкафом для хранения пособий, игр и методического фонда;
- столы и стулья;
- качественное освещение;
- персональный компьютер;
- аудиосистема (колонки);
- мультимедийная система: проектор и экран;
- выход в Интернет;
- оборудование для фото и видеосъемки
- петличные микрофоны
- штатив
- кольцевые лампы
- хромокей

#### **2.2.2 Кадровое обеспечение**

Программа реализуется педагогом дополнительного образования, имеющим опыт работы в медиа сфере, прошедшим курсы ФГБОУ ВО «РГГУ» «Медиа в сфере продвижения цифрового искусства» и ГБОУ РО «Ростовский колледж искусств» специальность «Фотохудожник».

### **2.3 МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ**

Темы и разделы каждого года обучения взаимосвязаны между собой и каждый последующий год обучения разработан с учетом уже имеющихся знаний. Все занятия проводятся с использованием лицензионных программ и материалов, выпущенных топовыми блогерами.

Методы обучения, используемые в программе: словесные (устное объяснение материала), наглядные (презентация), практические, аналитические.

С целью стимулирования творческой активности детей будут использованы следующие формы занятий: □

Метод проектов - способ достижения поставленных дидактических задач через детальную поэтапную разработку проекта. Это совокупность приемов,

действий обучающихся в их определенной последовательности для достижения поставленной цели, предложения решения проблемы, лично значимой для обучающихся, входящих в круг проблем по профилю смены. □

Мотивационная сессия - новый формат работы, который позволяет узнать большее в разных областях жизни. □

Дискуссия — обсуждение, обмен взглядами. Это активный метод, позволяющий высказать свое мнение и слушать других. Дискуссия активизирует мышление, обеспечивает сознательное усвоение учебного материала через рефлексию, отрабатывает умения выражать свои мысли, четко формулировать вопросы, приводить аргументы и т. д. □

Акции – социально значимые мероприятия, предпринимаемые для достижения единой цели, прежде всего для развития у детей и взрослых экологической культуры. □

Творческий конкурс – учебное мероприятие при котором обучающиеся решают поставленные задачи в соревновательном формате. □

Деловые и ролевые игры учат обучающихся анализировать и оценивать человеческие взаимоотношения, в разрешении которых существенно не только правильное решение, но и поведение, интонация, мимика и т.д. Опыт проведения ролевых игр показывает, что они способствуют расширению поведенческого диапазона, развитию уверенности в себе, интеллектуальному развитию.

## **2.4 ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И АТТЕСТАЦИИ**

Предметом диагностики и контроля являются внешние образовательные продукты обучающихся - медиапроекты, посты, видео, фото, контент-планы, аналитические отчёты, - а также их внутренние личностные и профессиональные качества: освоенные способы деятельности, уровень медиаграмотности, навыки командной работы, этическая рефлексия, способность к самоорганизации и критическому мышлению, которые напрямую соотносятся с целями и задачами программы. При этом воспитанник выступает полноправным субъектом оценивания: он участвует в обсуждении критериев, проводит самоанализ и взаимооценку.

Одна из ключевых задач педагога — научить подростков объективно оценивать свои достижения и зоны роста.

Для отслеживания результативности образовательного процесса используются следующие виды контроля:

Вводный контроль (сентябрь) — диагностика стартового уровня медиакомпетенций, интересов и ожиданий;

Текущий контроль (в течение всего учебного года) — наблюдение за выполнением практических заданий, участие в проектах, рефлексия на занятиях;

Промежуточный контроль (январь) — защита модульных проектов, оценка накопленного портфолио, корректировка индивидуальных траекторий;

Итоговый контроль (май) — публичная презентация годового медиапроекта и цифрового портфолио, подведение итогов обучения, выдача сертификата.

Обучающимся, успешно прошедшим ознакомительный/базовый/углубленный уровень обучения по программе и прошедшим итоговую аттестацию выдается «Свидетельство о дополнительном образовании».

Итоговая аттестация обучающихся рассматривается как неотъемлемая часть образовательного процесса, так как позволяет всем его участникам оценить реальную результативность совместной деятельности.

Задачи итоговой аттестации:

- определение уровня теоретической подготовки обучающихся;
- выявление степени сформированности практических умений и навыков;
- соотнесение прогнозируемых и реальных результатов.

## 2.5 ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Для мониторинга результатов обучения по образовательной программе «Импульс» используются 2 группы показателей:

Учебные (фиксирующие предметные и метапредметные знания, умения, навыки, приобретенные ребенком в процессе освоения образовательной программы;

Личностные (выражающиеся в изменениях личностных качеств обучающегося под влиянием занятий в творческом объединении).

### Мониторинг результатов обучения по программе «Импульс»

Показатели (оцениваемые параметры)	Критерии	Степень выраженности оцениваемого качества	Число балло в	Методы диагностики
УЧЕБНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ				
Медиаграмотнос ть и критическое мышление	Умение анализировать контент, распознавать фейки, манипуляции, оценивать достоверность источников	– Не проявляет критического отношения к информации	1	Анализ кейсов, тестовые задания, мини- исследования, устные ответы
		– Иногда сомневается, но не проверяет	2	
		– Регулярно задаёт вопросы, проверяет информацию, делает выводы	3	

Навыки создания медиаконтента	Владение базовыми техниками фото/видеосъёмки, монтажа, написания текстов, работы с графическими редакторами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Выполняет задания с помощью педагога</li> <li>– Самостоятельно создаёт простой контент</li> <li>– Создаёт качественный, осмысленный, технически грамотный контент</li> </ul>	1  2  3	Практические задания, защита проектов, оценка медиапродуктов
Понимание медиаформатов и жанров	Знание различий между форматами (влог, обзор, сторителлинг и др.), умение выбирать подходящий под задачу	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Не различает форматы</li> <li>– Называет форматы, но с ошибками</li> <li>– Сознательно выбирает формат и обосновывает выбор</li> </ul>	1  2  3	Беседа, анализ медиапроектов, создание контента в разных жанрах
Цифровая безопасность и этика	Соблюдение норм безопасности, уважение авторских прав, этичное поведение в сети	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Нарушает правила, не осознаёт последствий</li> <li>– Соблюдает при напоминании</li> <li>– Сознательно следует правилам, напоминает другим</li> </ul>	1  2  3	Наблюдение, кейсы, чек-листы
Проектная и командная деятельность	Умение планировать, распределять роли, выполнять задачи в срок, взаимодействовать в команде	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Требуется постоянного контроля</li> <li>– Выполняет свою часть, но редко инициативен</li> <li>– Инициативен, ответственен,</li> </ul>	1  2  3	Наблюдение, оценка групповых проектов, взаимооценка

		поддерживает команду		
<b>ЛИЧНОСТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ</b>				
Самооценка и рефлексия	Способность оценивать свои действия, принимать обратную связь, делать выводы	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Избегает оценки, не видит ошибок</li> <li>– Принимает обратную связь, но редко меняет подход</li> <li>– Регулярно анализирует, корректирует действия, ставит цели</li> </ul>	1  2  3	Рефлексивные анкеты, дневники, устные мини-выступления
Гражданская позиция и социальная ответственность	Готовность использовать медиа для добрых и социально значимых целей	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Создаёт контент только для развлечения</li> <li>– Иногда затрагивает социальные темы</li> <li>– Сознательно работает с общественными темами, уважает разные мнения</li> </ul>	1  2  3	Анализ тематики проектов, участие в социальных медиакампаниях
Инициативность и творческая смелость	Стремление предлагать идеи, пробовать новое, выходить за рамки шаблонов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Действует по образцу, избегает риска</li> <li>– Иногда предлагает свои идеи</li> <li>– Постоянно генерирует оригинальные решения, экспериментирует</li> </ul>	1  2  3	Наблюдение, оценка креативности проектов, портфолио
Коммуникативная компетентность	Умение ясно выражать мысли, слушать других, доносить посыл через медиа	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Затрудняется в выражении мыслей</li> <li>– Говорит понятно, но без структуры</li> </ul>	1  2	Защита проектов, участие в дискуссиях, видеоролики, тексты

		– Чётко, убедительно, с учётом аудитории	3	
--	--	---	---	--

С целью диагностики и контроля полученных знаний, умений и навыков используются:

- Опрос:
  - В виде контрольных вопросов на теоретических и практических занятиях,
  - В виде тематических викторин и игр по отдельным темам.
- Контрольные работы
- Творческие проекты
- Творческие конкурсы
- Публикации медиаконтента
- Игровые методы
- Защита творческих проектов

Текущий контроль осуществляется методом анализа творческой работы на занятиях.

Для контроля усвоения образовательной программы используется также собеседование, тестирование, анализ творческих работ обучающихся, анализ медиаконтента обучающихся, а также конкурсы, викторины и деловые игры.

### **Воспитательный компонент программы**

Воспитательный компонент программы «Импульс» направлен на формирование медиаграмотности, этичного поведения в цифровой среде и развитие творческих способностей у детей и подростков. Программа помогает участникам обрести уверенность в своих силах, научиться критически мыслить, ответственно подходить к созданию и распространению медиаконтента, а также осознавать значение цифровой безопасности и правовой осведомленности.

Элемент воспитания включен непосредственно в учебные занятия, сопровождающиеся беседами, тренингами и практиками по работе с командой.

Кроме того, в объединении регулярно проводятся мероприятия, направленные на формирование патриотизма, уважения к историческому наследию России и национальной культуре. Среди них - тематические акции, приуроченные к памятным датам, творческие конкурсы и просмотры фильмов, рассказывающих о героизме наших соотечественников и великих свершениях прошлого, добровольческие акции и т.д.



## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### Для обучающихся:

1. «Школьное медиаобразование» Распопова Светлана Алексеевна , 2024
2. «33 урока для будущих журналистов» Королев Е. А., Павлушкина Н.А., 2019
3. Кеворков В.В. «Рекламный текст» 1996.
4. Кишик А.Н. Adobe Photoshop. Эффективный самоучитель 2019
5. Кожина М.Н. «Стилистика русского языка» ,1983
6. Курский Л.Д., Фельдман Я.Д. «Иллюстрированное пособие по обучению фотосъемке. Практическое пособие» 1991
7. Розенталь Д.Э. «Практическая стилистика русского языка» 1994.
8. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. «Занимательная стилистика» –1988
9. Титов А.А «Не детское телевидение» 2021
10. Титов А.А «Снимай и показывай» 2021
11. Титов А.А «Журналистика для чайников» 2020

### Для педагога:

1. Джуди Дирксен «Искусство обучать. Как сделать любое обучение нескучным и эффективным»
2. Баженова Л. М. Медиаобразование школьника (1–4 классы). Пособие для учителя. — 2004.
3. Бээлгэт К. Ключевые аспекты медиаобразования. , 1995.
4. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации –1993. — № 4.
5. Рыжих Н. П. Использование медиаобразования в воспитании детей. — 2011.
6. Урицкий, Н. З. Кино во внеклассной работе. 1954.
7. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография. 2007.
8. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. 2010.
9. Симон Соловейчик «Педагогика для всех» 2020
10. Виктория Садкина «101 педагогическая идея: как создать урок» 2019

### Интернет ресурсы:

1. [https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch\\_pos/Jurfak\\_MGU\\_Jurnalistika\\_media.pdf](https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch_pos/Jurfak_MGU_Jurnalistika_media.pdf) образовательный портал «Медиакласс в Московской школе»

2. [https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch\\_pos/Sbornik\\_po\\_literature\\_10\\_26\\_12\\_24.pdf](https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch_pos/Sbornik_po_literature_10_26_12_24.pdf) образовательный портал «Медиакласс в Московской школе»
3. [https://dist-fastdev.ngcdn.ru/astro-projects/books.foxford.ru/latest/\\_astro/time\\_managment.C90lqFRt.pdf](https://dist-fastdev.ngcdn.ru/astro-projects/books.foxford.ru/latest/_astro/time_managment.C90lqFRt.pdf) образовательный портал «Фоксфорд»
4. <https://ifap.ru/library/book601.pdf> ИНТЕГРАЦИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЫ

## ПРИЛОЖЕНИЯ

## Приложение № 1

### Форма «Календарный учебный график»

[illegible]





**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП**

Сертификат 647030360437668574821219143876024766403350370965

Владелец Агалакова Ирина Владимировна

Действителен с 15.01.2026 по 15.01.2027