

Краевое государственное автономное образовательное учреждение  
дополнительного профессионального образования  
«Хабаровский краевой институт развития образования имени К.Д. Ушинского»



УТВЕРЖДЕНО:  
на заседании Учёного совета  
КГАОУ ДПО ХКИРО  
Протокол № 4  
от «01» ноября 2024 г.  
Ректор  
Гузман/Е.В. Гузман/  
подпись

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

**Школьный медиацентр**

Разработчик программы:  
Слободенюк Яна Анатольевна, главный специалист отдела по информационной  
работе, связям с общественностью и СМИ КГАОУ ДПО ХК ИРО

Хабаровск, 2025

## 1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации программы: совершенствование профессиональных компетенций в области обеспечения функционирования школьных медиацентров.

### 1.2. Планируемые результаты обучения

Педагог дополнительного образования детей и взрослых

Трудовая функция	Трудовое действие	Знать	Уметь
<p>"Профессиональный стандарт Педагог дополнительного образования детей и взрослых</p> <p>Преподавание по дополнительным общеобразовательным программам. Обучение приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «22» сентября 2021 г. № 652н, 513</p> <p>Регистрационный номер</p> <p>организация</p> <p>деятельности</p> <p>обучающихся по</p> <p>усвоению знаний,</p> <p>формированию умений</p> <p>и компетенций,</p> <p>создание</p> <p>педагогических</p> <p>условий для</p> <p>формирования и</p> <p>развития творческих</p> <p>способностей,</p> <p>удовлетворения</p> <p>потребностей в</p> <p>интеллектуальном,</p> <p>нравственном и</p> <p>физическем</p> <p>совершенствовании,</p> <p>укреплении здоровья,</p> <p>организации</p> <p>свободного времени,</p> <p>профессиональной</p> <p>ориентации,</p>	<p>Организация, в том числе стимулирование и мотивация, деятельности и общения обучающихся на учебных занятиях</p>	<p><b>Фотография</b> Знает основы съемки и обработки фотографии</p> <p><b>Съемка и монтаж видео</b> Знает основы видеопроизводства;</p> <p><b>Реклама</b> Знает как составить продакшен брифы и разбирается в этапах рекламного производства</p> <p><b>Айдентика и работа с изображениями</b> Знает: Основные принципы и элементы айдентики</p> <p><b>Жанры в журналистике</b> Знают базовые теории жанров (имеют представление о жанрах журналистики) законами жанра и с учетом специфики медиа</p>	<p><b>Фотография:</b> Умеет обрабатывать изображение, применяя различные техники.</p> <p><b>Съемка и монтаж видео</b> Умеет снимать и монтировать видео;</p> <p><b>Реклама</b> Умеет производить коммуникационный продукт с использованием аудио и видео технологий</p> <p><b>Айдентика и работа с изображениями</b> Умеет: Создавать изображения для оформления постов в тг и вк, школьного сайта, интернет-журнала/газеты</p> <p><b>Жанры в журналистике</b> Умеют: - готовить материалы определенного жанра ( очерки, статьи, сценарии, аудио / видеосюжеты и др.) для телевидения, радио, сетевого издания, печати и информационных лент</p>

обеспечение достижения обучающимися результатов освоения дополнительных общеобразовательных программ."		Знает особенности формирования коммуникационной стратегии в socialmedia	Умеет разработать и реализовать стратегию ведения страниц в социальных сетях и создать публикации в социальных сетях
--	--	---	--

Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)

Трудовая функция	Трудовое действие	Знать	Уметь
«Профессиональный стандарт Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель) Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования Развивающая деятельность А/03.6 Приказ Минтруда России от 18.10.2013 N 544н (с изм. от 25.12.2014) "Об утверждении профессионального	Развитие у обучающихся познавательной активности, самостоятельности, инициативы, творческих способностей, формирование гражданской позиции, способности к труду и жизни в условиях современного мира, формирование у обучающихся культуры здорового и безопасного образа жизни 2 Формирование и реализация программ развития универсальных учебных действий, образцов и ценностей социального поведения, навыков поведения в мире виртуальной реальности и социальных сетях, формирование толерантности и позитивных образцов поликультурного	<b>Фотография</b> Знает основы съемки и обработки фотографии  <b>Съемка и монтаж видео</b> Знает основы видеопроизводства;  <b>Реклама</b> Знает как составить продакшен брифы и разбирается в этапах рекламного производства  <b>Айдентика и работа с изображениями</b> Знает: Основные принципы и элементы айдентики  <b>Жанры в журналистике</b> Знают базовые теории жанров (имеют представление о жанрах журналистики) законами жанра и с учетом специфики медиа  <b>SMM</b> Знает особенности формирования	<b>Фотография:</b> Умеет обрабатывать изображение, применяя различные техники. <b>Съемка и монтаж видео</b> Умеет снимать и монтировать видео;  <b>Реклама</b> Умеет производить коммуникационный продукт с использованием аудио и видео технологий.  <b>Айдентика и работа с изображениями</b> Умеет: Создавать изображения для оформления постов в тг и вк, школьного сайта, интернет-журала/газеты  <b>Жанры в журналистике</b> Умеют: - готовить материалы определенного жанра (очерки, статьи, сценарии, аудио / видеосюжеты и др.) для телевидения, радио, сетевого издания, печати и информационных лент

стандарта "Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)" (Зарегистрировано в Минюсте России 06.12.2013 N 30550)	общения	коммуникационной стратегии в socialmedia	<b>SMM</b> Умеет разработать и реализовать стратегию ведения страниц в социальных сетях и создать публикации в социальных сетях
--	---------	--	--

1.3. Категория слушателей: Педагог дополнительного образования детей и взрослых (преподавание по дополнительным общеобразовательным программам);

Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)

1.4. Форма обучения: очная

1.5. Срок освоения программы: 36 часов

## 2. Содержание программы

### 2.1. Учебный план

№	Наименование разделов/модулей	Всего часов	Очно часов		Форма контроля
			Лекции	Практические занятия	
0	Входной контроль	1		1	Тест
1	Раздел 1. Вводная часть Госполитика в сфере образования	3	3		Собеседование
2	Раздел 2. Жанры в журналистике	6	2	4	Практическая работа
3	Раздел 3. SMM практика и SMCS (ведение и продвижение)	6	2	4	Практическая работа
4	Раздел 4. Фотография	6	2	4	Практическая работа
5	Раздел 5. Айдентика, оформление постов, школьного сайта, графика, работа с изображениями	6	2	4	Практическая работа
6	Раздел 6. Основы съемки и монтажа видео	8	1	7	Практическая работа

7	Итоговая аттестация <sup>1</sup>	36	12	24	По совокупности выполненных практических работ
---	----------------------------------	----	----	----	--

## 2.2. Учебно-тематический план

### 2.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов/модулей и тем	Всего часов	Из них		Форма контроля
			лекции, час.	практика, час.	
0	<b>Входной контроль</b>	1		1	Тест
1	<b>Раздел 1.</b> Вводная часть. Госполитика в сфере образования	3	3		Собеседование
1.1.	<u>Тема1.</u> Государственная образовательная политика и практика	1	1		Собеседование
1.2.	<u>Тема2.</u> Регламент работы госпаблика школы	1	1		Собеседование
1.3.	<u>Тема3.</u> Возможности получения школьному медиацентру грантов от государства	1	1		Собеседование
2	<b>Раздел 2.</b> Жанры в журналистике	6	2	4	Практическая работа
2.1.	<u>Тема1.</u> Специфика жанров в журналистике	3	1	2	Практическая работа
2.2.	<u>Тема2.</u> Создание текстов	3	1	2	Практическая работа
3	<b>Раздел 3.</b> SMM-Практическая работа и SMCS	6	2	4	Практическая работа
3.1.	<u>Тема1.</u> Формирование коммуникационной стратегии в socialmedia	3	1	2	Практическая работа
3.2.	<u>Тема2.</u> SMM-практика	3	1	2	Практическая работа
4	<b>Раздел 4.</b> Фотография	6	2	4	Практическая работа
4.1.	<u>Тема1.</u> Современная фотография	3	1	2	Практическая работа
4.2.	<u>Тема2.</u> Отработка основных принципов фотографии и обработки	3	1	2	Практическая работа
5	<b>Раздел 5.</b> Айдентика и работа с изображениями	6	2	4	Практическая работа
5.1.	<u>Тема1.</u> Дизайн и визуализация контента	3	1	2	Практическая работа

<sup>1</sup> Указывается вид итоговой аттестации (защита проекта, зачет, экзамен и др.)

5.2.	<u>Тема2</u> Изучение основной программы для создания айдентики и работе с изображениями - Figma	3	1	2	Практическая работа
<b>6</b>	<b>Раздел 6.</b> Основы съемки и монтажа видео	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	Практическая работа
6.1.	<u>Тема1.</u> Съемка и монтаж видео на профессиональном оборудовании и на смартфонах	4	0,5	3,5	Практическая работа
6.2.	<u>Тема2.</u> Структура сюжета, репортажа, интервью, стендапа	4	0,5	3,5	Практическая работа
<b>7</b>	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>0</b>			По совокупности выполненных практических работ
		<b>36</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	

## 2.1.2 Календарный учебный график

Календарные даты проведения обучения по программе	Срок проведения обучения по программе (в днях)	Продолжительность учебного времени, час/день
6, 7, 8, 9, 10 октября 2025	5 дней	6 – 9 академических часов

## 2.2. Рабочая программа

### 0 Входной контроль (самостоятельная работа - 1 ч.)

Форма: Тест/Вопросы

Критерии оценивания: Тест считается пройденным, если количество правильных ответов более 80 % от общего количества вопросов.

Количество вопросов входного контроля: 48 вопросов

### **Раздел 1. Госполитика в сфере образования (лекция 3 часа)**

**Тема1.** Государственная образовательная политика (лекция 1 час)

Образование – один из стратегических национальных приоритетов, стратегическая цель

государственной политики в области образования – повышение доступности

качественного образования, соответствующего требованиям инновационного

развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина.

**Тема2.** Возможности получения школьному медиацентру грантов от государства (лекция 1 час)

Виды грантов, как подбирать их под себя, как подготовить проект и подать заявку на конкурс.

**Тема3.** Регламент работы госпаблика школы (лекция 1 час)

Госпаблик – востребованный инструмент информирования, модель взаимодействия государства и общества, формирует цифровое пространство доверия между властью и населением, снижает барьер для коммуникаций, позволяет оперативно решать вопросы

## **Раздел 2. Жанры в журналистике (всего 6 ч.: лекции 2 ч., практическая работа 4 ч.)**

### **Тема 1: Как писать новости: структура и содержание новостного контента**

**Лекция 1.** Тема: Что такое новость, поиск инфоповодов, определение круга проблем, которые необходимо освещать в материалах разных жанров при подготовке выпусков СМИ к публикации, Календарь редактора; Структура информационных материалов: заголовок + подзаголовок, лидер-абзац, основной текст; использование принципа перевернутой пирамиды, формат газеты "КоммерсантЪ"; базовый вопросник для подготовки интервью и алгоритм написания текстов (1 час).

**Практическая работа 1. Тема:** Что может стать новостью для школьного медиацентра. Работа в группах по 3-4 человека (1 час).

**Задание:** Написать 10 тем для публикаций школьного медиацентра в привязке к одному информационному поводу (по жребию или на выбор: День учителя; день самоуправления; городской финал школьной предметной олимпиады; День Победы; 8 Марта; День семьи, любви и верности; День города; День волонтера и др.).

**Практическая работа 2. Тема:** Логическая структура новости (1 час).

**Задание:** Найти и исправить логические нарушения в предложенном информационном тексте (варианты на выбор), определить и убрать лишнюю информацию, предложить 3 варианта заголовка к тексту.

### **Тема 2: Специфика жанров в журналистике. Подготовка вопросов и редактирование текстов (лекция 1 ч., Практическая работа 2 ч.)**

**Лекция 2. Тема:** Стилистические особенности информационных жанров: заметка, отчет, статья, интервью, мультимедийный лонгрид и др.; построение материалов СМИ в соответствии с законами жанра и с учетом специфики медиа; Умение задавать вопросы; Права и обязанности участников интервью и сфера ответственности журналиста; Использование ИИ в написании и редактуре новостного контента: рабочие скрипты, лайфхаки, фактчекинг (1 час).

**Практическая работа 3. Тема:** Подготовка вопросов для проведения интервью (1 час).

**Задание:** Подготовить список вопросов для проведения интервью по заданию (на выбор предоставляется спикер и тема интервью).

**Практическая работа 4. Тема:** Разбор текстов участников (1 час).

**Предварительное задание:** принести на флеш-карте тексты для разбора и помочи в редактуре (объемом желательно не более 3-3,5 тыс. печатных знаков с пробелами).

## **Раздел 3. SMM-Практическая работа и SMCS (всего 6 ч.: лекции 2 ч., практическая работа 4 ч.)**

**Тема 1: Формирование коммуникационной стратегии в social media**  
(лекция 1 ч., практическая работа 2 ч.)

**Лекция 1. Тема:** SMCS (Social Media Content Strategy) – Коммуникационная стратегия в социальных сетях (лекция 1 час).

Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях: основные платформы и инструменты SMM, анализ ЦА аккаунтов и групп школьных медиацентров, Tone of Voice (тональность), типы контента (информационный, образовательный, развлекательный и др.), формирование и наполнение контент-плана. KPI – метрики эффективности: охваты, вовлеченность, конверсия. Увеличение охвата, привлечение трафика на сайт и аккаунты. Настройка таргетированной рекламы в социальных сетях.

**Практическая работа 1. Тема:** Разработка коммуникационной стратегии для аккаунта школьного медиацентра (1 час).

**Задание:** Подготовить анализ ЦА, описание ToV и контент-план по шаблону на 1 месяц для одного из действующих аккаунтов ШМ (по выбору участника).

**Практическая работа 2. Тема:** Анализ результативности работы в соцсетях (1 час).

**Задание:** Проанализировать KPI двух постов ШМ в социальной сети "ВКонтакте" и подготовить сравнительный анализ по предоставленному алгоритму.

**Тема 2: SMM-Практическая работа (лекция 1 ч., практическая работа 2 ч.)**

**Лекция 2. Тема:** Создание контента для соцсетей: тексты, видео, аудио (лекция 1 час).

Написание текстов для постов и объявлений, сценариев для подкастов и видео в мессенджерах.

Обратная связь и общение с подписчиками, модерация негативных комментариев, использование чат-ботов и быстрых ответов.

**Практическая работа 3.** Тема: Написание текстов для публикаций (1 час).

**Задание:** Подготовить текст для поста в одну из социальных сетей (по выбору участника) на основе готового текста.

4. Пост мотивирует узнать больше о событии, прочитав полную версию текста.

**Практическая работа 4.** Тема: Отработка негативных комментариев в мессенджерах. Формирование базы скриптов для работы с негативом в соцсетях (1 час).

**Задание:** Подготовить 2 варианта ответа на предложенный негативный комментарий, используя предложенные коммуникативные методики отработки негатива (на выбор участника).

**Раздел 4. Фотография (всего 6 ч.: лекции 2 ч., практическая работа 4 ч.)**

**Тема 1.** Современная фотография (лекция 1 ч., практическая работа 2 ч.)

**Лекция 1 Тема:** Основы композиции и её влияние на зрителя. (лекция 1 час).

В лекции рассматривается роль фотографии как средства визуальной коммуникации, фиксации реальности и выражения идей. Раскрываются основы психологического восприятия снимков. Основное внимание уделено практическим аспектам создания выразительных кадров: принципам композиции, управлению экспозицией и использованию крупности планов.

**Практическая работа 1 Тема:** Применение знаний об основах композиции на съёмке. (1 час).

**Задание:** Слушатель получает один выбранный предмет. Его задача — снять этот предмет 6 раз, соблюдая следующие требования:  
**Крупность плана (4 кадра):**

1 кадр: Общий план (предмет занимает малую часть кадра). Цель: показать контекст.

1 кадр: Средний план (предмет занимает большую часть кадра, виден полностью). Цель: основной объект.

1 кадр: Крупный план (предмет заполняет кадр, видны детали). Цель: акцент на деталях, текстурах.

1 кадр: Макро/Сверхкрупный план (максимально близко, фокус на мелкой детали: надпись, текстура, край).

**Композиция (2 кадра):**

1 кадр: Использовать правило третей (расположить ключевой элемент предмета или сам предмет на пересечении линий).

1 кадр: Использовать симметрию или диагональные линии (построить кадр так, чтобы линии предмета или его расположение создавали четкую симметрию или диагональ).

**Практическая работа 2 Тема:** Применение знаний об основах композиции на съёмке. (1 час).

**Задание:** Слушатель выбирает один предмет из доступных. Его задача — сфотографировать этот предмет три раза, но так, чтобы каждый снимок передавал совершенно разную идею, эмоцию или историю.

**Тема2.** Отработка основных принципов фотографии и обработки (лекция 1 ч., практическая работа 2 ч.)

**Лекция 2 Тема:** Процессы фотосъёмки в разных жанрах (лекция 1 час).

В лекции рассматриваются основные жанры (портрет, пейзаж, репортаж и др.) и ключевые этапы работы над снимком: подготовку (планирование, выбор техники), непосредственно съёмку (реализация замысла с применением композиции, экспозиции и выбора плана) и постобработку (базовая коррекция для усиления выразительности).

**Практическая работа 3. Тема:** съёмка репортажа, портрета, предмета. (1 час).

**Задание:** Слушатель должен выбрать один из жанров и продумать, как его сфотографировать (идея, смысл, план). Итог: серия из 6 фотографий.

**Практическая работа 4 Тема:** Работа в программах по обработки фотографий (1 час). (AdobeLightroomClassic;Photoshop)

**Задание:** Обработка фотографий, сделанных в процессе всей практики.

## **Раздел 5. Айдентика и работа с изображениями (всего 6 ч.: лекции 2 ч., практическая работа 4 ч.)**

**Тема 1:** Дизайн и визуализация контента (лекция 1 ч., практическая работа 1 ч.)

**Лекция 1. Тема:** Важность айдентики и визуального стиля (лекция 1 час)

Айдентика — это лицо бренда, его визуальный паспорт. Она включает не только логотип и цвета, но и шрифты, графические элементы, стиль коммуникации — всё, что формирует узнаваемость. Без продуманной айдентики бренд теряется среди конкурентов, становится безликим и неубедительным.

Сильный визуальный стиль работает как молчаливый продавец. Он вызывает эмоции, создаёт доверие и помогает аудитории мгновенно идентифицировать компанию. Например, золотой archesMcDonald's или яблоко Apple — эти символы узнают без слов.

Но айдентика — не просто красивая картинка. Это стратегический инструмент. Несогласованность в деталях — разных шрифтах на сайте и в печатных материалах, «прыгающем» логотипе — разрушает профессиональный имидж. История знает случаи, когда ребрендинг с провальной айдентикой стоил компаниям миллионов и репутации.

На лекции разберём, как строить систему идентичности: от анализа аудитории до адаптации стиля под цифровые и офлайн-носители. Поговорим о том, почему даже маленькому бизнесу нужна айдентика, и как избежать типичных ошибок.

Программы, в которых можно самостоятельно создавать визуал.

**Практическая работа 1 Тема:** Анализ кейсов айдентики (1 час)

**Задание**

Найти 10 примеров кейсов айдентики брендов или мероприятий (с указанием дизайн агентства и кратким описанием).

**Итог:** Презентация, где на одном слайде может быть размещен максимум один пример кейса.

**Тема 2:** Программа Figma (лекция 1 ч., практическая работа 3 ч.)

**Лекция 2. Тема:** Изучение основной программы для создания айдентики и работе с изображениями — Figma. (лекция 1 час)

Figma — это мощный и удобный инструмент для дизайнеров, позволяющий создавать профессиональную айдентику, логотипы, фирменные стили и работать с графикой. На этой лекции вы узнаете, как эффективно использовать Figma для разработки визуальных решений, начиная от основ интерфейса до сложных проектов

Мы разберём ключевые функции программы: работу с векторной графикой, создание цветовых палитр, использование шрифтов и стилей, а также подготовку макетов для разных носителей. Особое внимание уделим командной работе — Figma позволяет нескольким специалистам одновременно редактировать проект, что делает её незаменимой в современном дизайне.

Вы увидите реальные примеры создания айдентики в Figma, от эскизов до финальных презентаций, и узнаете, как избежать распространённых ошибок.

Лекция будет полезна как новичкам, так и тем, кто хочет систематизировать свои знания и освоить новые приёмы работы.

К концу занятия вы сможете уверенно использовать Figma для реализации своих дизайн-проектов, понимая её возможности и преимущества перед другими графическими редакторами.

Работа в программе, получение знаний и навыков для создания визуала своих медиацентров

**Практическая работа 2 Тема:** Пост для социальных сетей медиацентра (3 часа)

**Задание.** Создать визуально приятный и стильный пост для социальных сетей медиацентра, который будет привлекать внимание и передавать информацию о мероприятиях, новостях или услугах.

**Раздел 6. Основы съемки и монтажа видео (всего 8 ч.: лекции 1ч., практическая работа 7 ч.)**

**Тема1:** Видеосъемка (лекция 0,5 ч., практическая работа 3,5 ч.)

**Лекция1. Тема:** Базовые понятия и приемы видеосъемки (лекция 0,5 ч.)

В лекции затронем основную базу знаний, которые необходимы для начинающего видеографа. Разберем настройки, используемые операторами в камерах для видеосъемок различных типов. Обсудим, как подготовиться к записи постановочного/репортажного/разговорного видео (очистка помещения от визуального мусора, составление сценария и предварительной раскадровки, соблюдение важных мелочей). Поговорим об использовании света, о крупности кадров, о композиции, о внутrikадровом движении, о применении технических приспособлений (штативы, микрофоны). Подумаем, можно ли записать качественный ролик при помощи одного смартфона.

**Практическая работа 1. Съемка видеоматериала (3,5 часа)**

**Задание:** Разбившись на группы, участники примеряют на себя роли сценаристов, режиссеров-постановщиков, операторов, администраторов. Сценарист – придумывает общую идею для ролика, режиссер-постановщик делает раскадровку на бумаге, оператор снимает видео на фотокамеру/телефон, администратор следит за «чистотой» кадра. За отсутствием брака следит вся команда.

**Итог:** видеоматериал, из которого можно смонтировать видеоролик для соцсетей школьного медиацентра продолжительностью до 1 минуты.

**Тема2:** Видеомонтаж (лекция 0,5 ч., практическая работа 3,5 ч.)

**Лекция2. Тема:** Базовые навыки работы в видеоредакторах (лекция 0,5 ч.)

Рассмотрим на лекции два видеоредактора: Adobe Premiere Pro (для стационарных ПК) и/или CapCut (для мобильных устройств). Создадим в них проекты, разберем их параметры, поработаем с аудио- и видеодорожками, попробуем применить базовые эффекты, поговорим об использовании музыки при монтаже, что она дает, в каких случаях уместна, а в каких нет.

**Практическая работа 2. Монтаж отснятого видеоматериала (3,5 ч.)**

**Задание:** Слушатели монтируют в одном из двух видеоредакторов ролик. Для этого им нужно найти подходящую музыку, использовать по необходимости

аудио- и видеоэффекты, определенные монтажные переходы, анимацию, а также придерживаться правил монтажа «через план».

**Итог:** готовый смонтированный видеоролик для соцсетей школьного медиацентра, с ярко выраженной идеей, структурой, отсутствием логических несостыковок, продолжительностью до 1 минуты.

### **3. Формы аттестации и оценочные материалы**

#### **Входной контроль**

Форма: Тест/Вопросы

Критерии оценивания: Тест считается проходным, если количество правильных ответов более 80 % от общего количества вопросов.

Количество вопросов входного контроля: 48 вопросов

**Раздел2.** «Жанры в журналистике», 10 вопросов

1. Информационный повод — это...

- а) Повод для скандала и распространения сплетен.
- б) Событие или новость, которые дают вам возможность написать актуальный материал. (правильный ответ)
- в) Личное мнение журналиста, которое он хочет донести до аудитории.
- г) Текст, который нужно переписать с чужого сайта.

2. Вы читаете текст: «Вчера в актовом зале прошел концерт. Директор школы сказала, что она очень гордится талантами учеников. Было очень весело и здорово». Какая важная информация, скорее всего, отсутствует в этом тексте?

- а) Имена участников концерта.
- б) Примерное количество зрителей.
- в) Название концерта или причина, по которой его провели.
- г) Все перечисленное выше. (правильный ответ)

3. Какой заголовок наиболее точно и информативно отражает суть события?

- а) Невероятное происшествие!
- б) Что-то случилось в школе.
- в) Ученики 10Б класса собрали 15 000 рублей на благотворительность в рамках акции «Доброе сердце». (правильный ответ)
- г) Вот это да!

4. Вам поручили взять интервью у учителя, который выиграл конкурс «Учитель года». С чего вы начнете подготовку?

- а) Сразу подойду и задам первый вопрос, который придет в голову.
- б) Быстро поищу в интернете, что это за конкурс такой, и составлю несколько вопросов. (правильный ответ)
- в) Расспрошу его коллег о том, какой он, чтобы подготовить каверзные вопросы.
- г) Не буду готовиться, импровизация — лучший друг журналиста.

5. Вы нашли интересную новость на сайте городской администрации для школьного медиацентра. Ваши действия?

- а) Скопирую текст и поставлю свое имя.
- б) Перескажу своими словами, указав в конце: «По информации официального сайта администрации...». (правильный ответ)
- в) Перескажу своими словами, но не буду указывать источник, ведь это и так все знают.
- г) Никакие, чужие новости переписывать неинтересно.

6. При редактировании текста вы обнаружили предложение: «В субботу, 12 октября, в парке

„Сосновый бор“ состоялся общегородской осенний легкоатлетический кросс, в котором приняли участие свыше 200 учеников из разных школ города, а погода была просто отличная». Какая часть этого предложения является лишней для краткой новости?

- а) Дата и место события.
  - б) Количество участников.
  - в) Упоминание о погоде. (правильный ответ)
  - г) Название кросса.
7. Что означает принцип «перевернутой пирамиды» в самом общем смысле?
- а) Главную мысль нужно прятать в конце текста.
  - б) Текст должен быть загадочным и интригующим.
  - в) Самую важную информацию нужно давать в начале, а детали — потом. (правильный ответ)
  - г) Это инструкция для написания текстов в Древнем Египте.
8. Вы получили задание осветить «День учителя». Какой из перечисленных форматов материала НЕ подойдет для этого?
- а) Поздравительный пост в соцсетях с фотографиями учителей.
  - б) Новостная заметка о концерте в честь праздника.
  - в) Интервью с директором школы о роли педагогов.
  - г) Рецензия на новый фильм режиссера Алексея Учителя. (правильный ответ)
9. Почему журналисту важно проверять информацию по нескольким источникам?
- а) Чтобы потратить как можно больше времени.
  - б) Чтобы избежать ошибок и распространения ложной информации. (правильный ответ)
  - в) Чтобы никому не верить и ко всем относиться с подозрением.
  - г) Это требование устарело, сейчас все доверяют первому источнику.
10. Какое качество является самым важным для журналиста школьного медиацентра?
- а) Желание узнавать новое и развивать свои навыки. (правильный ответ)
  - б) Наличие дорогой фототехники.
  - в) Личная популярность в школе.
  - г) Умение грамотно писать.

**Ключ для анализа ответов:**

1. б (Понимание базового термина «информационный повод»)
2. г (Внимательность, умение видеть недостаток информации)
3. в (Понимание цели заголовка)
4. б (Понимание важности базовой подготовки к интервью)
5. б (Понимание основ этики: указание источника)
6. в (Чувство уместности информации, основа для редактуры)
7. в (Общее интуитивное понимание структуры новости)
8. г (Понимание соответствия формата и темы)
9. б (Понимание ответственности за достоверность)
10. а (Адекватное оценивание профессиональных качеств)

**Раздел 3. «SMM-Практическая работа и SMCS», 10 вопросов**

**Инструкция:** Выберите один или несколько вариантов, которые кажутся вам наиболее правильными или логичными

1. Вы заметили опечатку в посте другого школьного медиацентра. Ваши действия?
  - а) Пройти мимо — все ошибаются.
  - б) Вежливо написать об ошибке в комментариях или в личные сообщения. (правильный ответ)
  - в) Сделать скриншот и выложить в Stories с насмешливой подписью.
  - г) Написать гневный комментарий о безграмотности.
2. Какое из этих утверждений звучит как факт, а не как мнение?
  - а) Наш школьный двор — самый красивый в городе.
  - б) В прошлом году в школьном дворе посадили 15 новых кустов сирени. (правильный

ответ)

- в) Дизайн нашего школьного сайта устарел.
  - г) Мне кажется, наши учителя слишком много задают.
3. Информационный повод — это...
- а) Причина никуда не ходить.
  - б) Событие или новость, о которых можно написать материал.
  - в) Тема для скандала.
  - г) Личное мнение журналиста.
4. Какой заголовок лучше всего подойдет для анонса школьного концерта в соцсетях, чтобы привлечь максимум зрителей?
- а) «Концерт»
  - б) «Внимание! Важная информация!»
  - в) «Рок-группа «Шум» и танцевальный баттл в актовом зале! Вход свободный!»
  - г) «Все должны прийти на концерт»
5. Что из перечисленного важнее всего проверить перед публикацией поста?
- а) Чтобы заголовок был кричащим.
  - б) Чтобы фотографии были красивыми.
  - в) Чтобы все имена, даты и факты были точными.
  - г) Чтобы текст был длинным.
6. Вы ведете школьный аккаунт «ВК». Кого можно назвать вашей основной целевой аудиторией?
- а) Всё человечество, имеющее доступ в интернет.
  - б) Ученики, учителя и родители вашей школы.
  - в) Ваши друзья и одноклассники.
  - г) Известные блогеры.
7. Что означает аббревиатура SMM?
- а) Я не знаю.
  - б) Something About Media (Что-то о медиа).
  - в) Social Media Marketing (Продвижение в соцсетях).
  - г) Super Modern Message (Супермодное сообщение).
8. Вы получили гневный комментарий под постом. Ваша первая реакция?
- а) Удалить комментарий и заблокировать пользователя.
  - б) Ответить тем же, чтобы показать, кто тут главный.
  - в) Вежливо спросить, в чем проблема, и предложить обсудить это в личных сообщениях.
  - г) Проигнорировать.
9. Контент-план — это...
- а) План по увеличению подписчиков любыми способами.
  - б) План учебных занятий.
  - в) Предварительный график публикаций.
  - г) Я не знаю.
10. Какие навыки, на ваш взгляд, самые важные для человека, который ведет школьные соцсети (можно выбрать несколько)?
- а) Умение красиво фотографировать и снимать видео.
  - б) Грамотная письменная речь.
  - в) Умение общаться с людьми, отвечать на комментарии.
  - г) Хорошее чувство юмора и креативность.
  - д) Ответственность и умение работать в команде.

**Ключ для анализа:**

Вопросы 1, 4, 5, 8: показывают понимание основ этики, коммуникации и ответственности журналиста / SMM-специалиста.

Вопрос 2: проверяет базовое понимание разницы между фактом и мнением — ключевое для медийщика.

Вопросы 3, 7, 9: диагностируют общую осведомленность в медиасфере. Ответы «а» или «г» говорят о полном отсутствии подготовки.

Вопрос 6: показывает, понимает ли участник концепцию целевой аудитории на интуитивном уровне.

Вопрос 10 (множественный выбор): Самый важный вопрос. Позволяет увидеть, что ценят сами участники. Идеально, если выбираются б, в, д (базовые навыки), а и г — как дополнение. Это покажет зрелый подход.

#### **Раздел 4. Фотография, 12 вопросов**

1. Что такое фотография?

- a) Только процесс съемки изображения на камеру.
- b) Искусство, наука и практика создания изображений путем регистрации света или другого электромагнитного излучения. (Правильный)
- c) Любое изображение, созданное с помощью компьютера.
- d) Исключительно черно-белые изображения, сделанные на пленку.

2. Что такое композиция?

- a) Процесс настройки цвета и яркости на компьютере.
- b) Выбор дорогого объектива для съемки.
- c) Расположение и взаимосвязь визуальных элементов в кадре для создания гармоничного и выразительного изображения. (Правильный)

3. Что такое экспозиция?

- ) Показ фотографий на выставке.
- b) Количество света, попадающего на светочувствительный материал (пленку или матрицу) при съемке, определяющее яркость снимка. (Правильный)
- c) Размер файла полученной фотографии.
- d) Стиль обработки фотографии, делающий ее светлее.

4. Почему правило третей считается эффективным композиционным приемом?

- a) Потому что оно самое простое для запоминания.
- b) Оно создает динамику и визуальный интерес, избегая статичного центрального расположения, и часто соответствует естественным точкам внимания зрителя. (правильно)
- c) Потому что оно всегда гарантирует идеально сбалансированный кадр.
- d) Оно необходимо для правильной экспозиции.

5. Какие крупности плана есть?

- a) Портретный, Пейзажный, Макро.
- b) Цветной, Черно-белый, Сепия.
- c) Деталь, Крупный план, Средний план, Общий план, Сверхобщий (Далёкий) план. (Правильный)
- d) Вертикальный, Горизонтальный, Квадратный.

6. Какова основная цель использования разных планов крупности (общий, средний, крупный, макро) при съемке одного объекта?

- a) Просто выполнить требования задания.
- b) Продемонстрировать техническое мастерство владения зумом.
- c) Контролировать внимание зрителя, передавать разную информацию и эмоции, раскрывая объект с разных сторон. (правильный)
- d) Увеличить количество фотографий в портфолио

7. Какие жанры НЕ относятся к фотографии?

- a) Портрет, Пейзаж, Натюрморт.
- b) Репортаж, Макро, Астрофотография.
- c) Живопись, Графика, Скульптура. (Правильный)
- d) Уличная фотография (Street), Фэшн (Fashion), Документальная фотография.

6. Какие программы для обработки фотографий вы знаете?

- 8. Почему постобработка рассматривается как неотъемлемый этап современной фотографии, а не просто как "исправление ошибок"?

- а) Потому что все фотографы ленятся снимать правильно.  
б) Она позволяет реализовать творческий замысел: усилить настроение, акцентировать внимание, исправить небольшие недочеты, привести серию к единому стилю. (правильно)  
с) Без нее невозможно получить файл в формате JPEG.  
д) Она нужна только для коммерческой фотографии.
9. Что такое кадрирование?  
а) Изменение размера фотографии для печати.  
б) Удаление лишних частей изображения для улучшения композиции. (Правильный)  
с) Настройка яркости и контрастности.
10. Чем инструмент "Яркость/Контраст" обычно отличается от "Уровней" или "Кривых"?  
а) "Яркость/Контраст" работает только с цветами.  
б) "Уровни" и "Кривые" дают гораздо более точный контроль над тональным диапазоном (тенями, средними тонами, светами). (Правильный)  
с) "Яркость/Контраст" сложнее в использовании.
11. Что происходит при сильном применении "Шумоподавления"?  
а) Фотография становится более резкой и детализированной.  
б) Уменьшается цветовой шум, но могут "замыливаться" мелкие детали и текстуры. (Правильный)  
с) Увеличивается глубина резкости.
12. Для чего в первую очередь используется инструмент "Баланс Белого"?  
а) Для увеличения общей яркости фотографии.  
б) Для коррекции цветовых оттенков, вызванных разным освещением (чтобы белые объекты выглядели белыми). (Правильный)  
с) Для добавления творческих цветовых эффектов.
- Раздел 5. «Айдентика и изображение», 5 вопросов**
1. Что такое айдентика?  
1) Логотип компании и все иллюстрации, используемые в дизайне бренда  
2) Это набор цветов и шрифтов, которые расписаны в одном основном гайде  
3) Это визуальная идентичность бренда, включая логотип, цвета, шрифты, графику, стиль изображений и др.  
4) Это рекламные материалы компании и всё что касается общения с клиентами посредством голоса бренда
2. Какой формат изображения лучше подходит для логотипа, если нужна прозрачность?  
1) JPG  
2) BMP  
3) PNG  
4) GIF3
3. Что такое векторное изображение?  
1) Изображение, состоящее из пикселей и легко масштабируемое без потери качества  
2) Изображение, созданное с помощью математических кривых и легко масштабируемое без потери качества  
3) Изображение с ограниченным количеством цветов  
4) Только черно-белое изображение которые не масштабируются без потери качества
4. Какая из этих программ чаще используется для создания дизайна?  
1) Adobe Premiere Pro  
2) Adobe Acrobat Reader  
3) AdobeIllustrator  
4) WinRAR
5. Чем отличается айдентика от фирменного стиля?  
1) Айдентика включает только логотип, а фирменный стиль — ещё и цвета с шрифтами.  
2) Айдентика — это визуальная идентичность бренда (лого, цвета, шрифты, носители), а фирменный стиль — её часть, отвечающая за графическое оформление.

- 3) Айдентика — это только для цифровых носителей, а фирменный стиль — для печати.  
4) Это синонимы, разницы нет.

Правильные ответы: 1 — 3, 2 — 3, 3 — 2, 4 — 3, 5 — 2

**Раздел 6. «Основы съемки и монтажа видео», 11 вопросов**

1. С чего начинается процесс видеосъемки?

- a) С включения видеокамеры;
  - б) С составления раскадровки, основанной на сценарии будущего ролика;
  - в) С организационных моментов — выбора места для съемки, действующих лиц, времени суток.
2. В каком формате может быть снято видео? (множественный выбор):
- а) bmp;
  - б) avi;
  - в) mp3;
  - г) mp4;
  - д) pptx;
  - е) mov.

3. Что такое «разрешение» видео?

- а) Пропорция между шириной и высотой кадра;
- б) Количество данных, используемых для передачи видео в единицу времени;
- в) Количество пикселей в кадре, влияющее на четкость изображения.

4. Назовите основное условие для создания качественного видеоролика

- а) Наличие профессионального оборудования у оператора;
- б) Тщательно продуманный сценарий;
- в) Использование в ролике «трендовой» музыки;
- г) Достаточное и правильно используемое освещение на съемочной площадке.

5. Какая частота кадров считается «золотым стандартом» для кинематографа?

- а) 24;
- б) 30;
- в) 60.

6. Какая длина кадра является комфортной для зрителя при просмотре видеоролика?

- а) В среднем около 2 секунд;
- б) В среднем около 5 секунд;
- в) Более 10 секунд.

7. Что такое «панорамирование»?

- а) Последовательная видеосъемка с большими интервалами между кадрами, которая при монтаже дает эффект ускорения;
- б) Вращение камеры вокруг своей оси, от нескольких, до 360 градусов;
- в) Плавный наезд видеокамеры на объект съемки.

8. Какое освещение при видеосъемке называется контровым?

- а) Источник света располагается позади объекта съемки, направляя свет в сторону камеры;
- б) Рассеянный свет, подсвечивающий тени на объекте съемки и смягчающий контраст;
- в) Главный свет, который формирует на объекте съемки светотеневой рисунок.

9. Какой монтаж наиболее комфортен для зрителя при просмотре видеоролика?

- а) Монтаж по крупности: «деталь-крупный», «первый средний-второй средний» и т.д.;
- б) Монтаж через план: « дальний-крупный», «второй средний- дальний» и т.д.;
- в) Не имеет значения, главное при монтаже — это посыл, заложенный в видео.

10. Какие из перечисленных программ предназначены для видеомонтажа (множественный выбор)?

- а) Adobe Premiere Pro;
- б) CorelDraw;
- в) CapCut;
- г) Windows Media Player;
- д) OBS.

11. Что такое «монтажный переход»?

- а) Создание равномерного уровня громкости звуковых дорожек в видео;
- б) Эффект, используемый для соединения двух кадров, видеоклипов, сцен;
- в) Процесс кодирования проекта в видеоредакторе, после которого формируется готовый видеоролик.

Правильные ответы: 1-б, 2-б, г, е, 3-в, 4-г, 5-а, 6-б, 7-б, 8-а, 9-б, 10-а, в, 11-б.

## Текущий контроль

### Раздел 2. Жанры в журналистике

#### Практическая работа 1.

**Тема:** Что может стать новостью для школьного медиацентра.

Работа в группах по 3-4 человека (1 час).

**Задание:** Написать 10 тем для публикаций школьного медиацентра в привязке к одному информационному поводу (по жребию или на выбор: День учителя; день самоуправления; городской финал школьной предметной олимпиады; День Победы; 8 Марта; День семьи, любви и верности; День города; День волонтера и др.).

**Критерии оценивания:** *Если выполнено три и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено два или менее пункта, задание не зачтено.*

Актуальность и новизна (темы отражают свежий и значимый для школьной аудитории взгляд на событие, а не просто констатируют факт).

Разнообразие форматов и жанров (список включает разные форматы, н-р: новостная заметка, интервью с участником, репортаж, фоторепортаж, опрос, лонгрид).

Темы рассматривают событие с точек зрения разных ЦА (ученики, учителя, администрация, родители).

Ориентация на ключевую целевую аудиторию (темы понятны, интересны и полезны именно школьникам).

Практическая реализуемость (темы реалистичны для школьного медиацентра с точки зрения ресурсов, времени и доступа к информации).

#### Требования к выполнению:

1. Сформулировано не менее 10 тем.
2. Каждая тема должна быть сформулирована как заголовок или краткое описание (1-2 предложения).
3. Указан предполагаемый жанр для каждой темы.

#### Практическая работа 2.

**Тема:** Логическая структура новости (1 час).

**Задание:** Найти и исправить логические нарушения в предложенном информационном тексте (варианты на выбор), определить и убрать лишнюю информацию, предложить 3 варианта заголовка к тексту.

**Критерии оценивания:** *Если выполнено два и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено один или менее пунктов, задание не зачтено.*

Корректность правок (логические ошибки исправлены верно, структура текста улучшена согласно принципу перевёрнутой пирамиды, лишняя информация, не имеющая новостной ценности, удалена).

Качество заголовков (предложены 3 варианта заголовков, они отражают суть новости, привлекательны, точны и соответствуют стилю школьных медиа).

Обоснованность решений (умение кратко объяснить, почему были сделаны те или иные правки).

#### **Требования к выполнению:**

1. Предоставить исправленную версию текста (можно в режиме исправлений в Word или двумя колонками «было/стало»).

2. Предоставить 3 варианта заголовка.

3. Быть готовым устно объяснить свои правки.

#### **Практическая работа 3.**

**Тема:** Подготовка вопросов для проведения интервью (1 час).

**Задание:** Подготовить список вопросов для проведения интервью по заданию (на выбор предоставляется спикер и тема интервью).

**Критерии оценивания:** *Если выполнено три и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено два или менее пунктов, задание не засчитано.*

Структура и логика (вопросы выстроены по принципу «от простого к сложному», есть логичный переход между темами. Учтена «разминка» в начале и «разгрузка» в конце).

Глубина и открытость (преобладают открытые вопросы, которые провоцируют на развернутый ответ, а не «да/нет»).

Глубина подготовки и релевантность (вопросы демонстрируют предварительное изучение темы и личности спикера. Все вопросы соответствуют заданной теме).

Креативность и оригинальность (наличие 1-2 нестандартных вопросов, которые могут раскрыть спикера с новой стороны).

#### **Требования к выполнению:**

1. Указаны спикер, тема интервью.

2. Сформулирована цель интервью.

3. Подготовлен список из 10-15 вопросов.

4. Вопросы сформулированы грамотно, выстроены в логической последовательности.

#### **Практическая работа 4.**

**Тема:** Разбор текстов участников (1 час).

**Предварительное задание:** принести на флеш-карте тексты для разбора и помочи в редактуре (объемом желательно не более 3-3,5 тыс. печатных знаков с пробелами).

**Критерии оценивания:** *Если выполнено три и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено два или менее пунктов, задание не засчитано.*

Готовность к работе (текст предоставлен, соответствует заявленным требованиям по объёму и теме).

Восприятие критики (адекватная и конструктивная реакция на замечания коллег и преподавателя).

Умение аргументировать свои авторские решения.

Активность и полезность в разборе чужих текстов (умение давать конструктивную обратную связь другим участникам, задавать вопросы по существу, предлагать варианты улучшения).

**Требования к выполнению:**

1. Предоставить текст в заранее оговоренном формате (.docx) объемом до 3,5 тыс. знаков.

2. Быть готовым зачитать вслух фрагмент своего текста, объяснить авторский выбор форм и методов.

3. Активно участвовать в обсуждении и давать конструктивную обратную связь другим участникам.

4. Адекватно реагировать на замечания и предложения при обсуждении.

### **Раздел 3. SMM-практическая работа и SMCS (планирование, ведение и продвижение)**

#### **Практическая работа 1.**

**Тема:** Разработка коммуникационной стратегии для аккаунта школьного медиацентра (1 час).

**Задание:** Подготовить анализ ЦА, описание ТоV и контент-план по шаблону на 1 месяц для одного из действующих аккаунтов ШМ (по выбору участника).

**Критерии оценивания:** *Если выполнено три и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено два или менее пунктов, задание не зачленено.*

ЦА описана конкретно и полно (например, «ученики 8-11 классов, увлекающиеся наукой и ИТ»).

Tone of Voice подобран адекватно ЦА и платформе (например, неформальный, но уважительный для «ВКонтакте»).

Сбалансированность контент-плана (включает разные типы контента, предусмотрены рубрики, разумная периодичность выхода публикаций).

Реализуемость и креативность (идеи реалистичны для школы; есть 1-2 креативные и виральные идеи, способные повысить вовлеченность).

**Требования к выполнению:**

1. План оформлен в виде таблицы, рассчитанной на 4 недели / календарный месяц.

2. План предусматривает различные виды контента (информационный, развлекательный, обучающий и пр.).

3. План содержит четкий рубрикатор, предусматривает уникальные авторские проекты участников.

4. Подробно и аргументированно описаны портрет ЦА и ТоV.

#### **Практическая работа 2.**

**Тема:** Анализ результативности работы в соцсетях (1 час).

**Задание:** Проанализировать KPI двух постов ШМ в социальной сети "ВКонтакте" и подготовить сравнительный анализ по предоставленному алгоритму.

**Критерии оценивания:** Если выполнено два и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено один или менее пунктов, задание не зачленено.

Корректность расчетов и соответствие выбора метрики (охват, вовлеченность и т.д.) вычислены правильно.

Глубина анализа (0-4 балла): Дано не просто перечисление цифр, а их сравнение и attempt объяснить почему один пост сработал лучше другого (контент, время выхода, формат).

Качество выводов и рекомендаций (0-3 балла): На основе анализа сформулированы конкретные предложения по улучшению контента (например, «делать больше постов в формате X, потому что он показывает ER выше среднего»).

#### **Требования к выполнению:**

1. Анализ представлен в письменном виде.
2. Использованы предоставленные метрики.
3. Содержит выводы и рекомендации.

#### **Практическая работа 3.**

**Тема:** Написание текстов для публикаций (1 час).

**Задание:** Подготовить текст для поста в одну из социальных сетей (по выбору участника) на основе готового текста.

**Критерии оценивания:** Если выполнено два и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено один или менее пунктов, задание не зачленено.

Адаптация под платформу (учтены особенности соцсети, текст визуально структурирован: абзацы, списки, эмодзи).

Привлекательность и призыв к действию (пост цепляет внимание, имеет сильный заголовок и четкий СТА: «узнать больше», «обсудить в комментариях», «пройти опрос»).

Смысловая сохранность (информационная нагрузка и фактчекинг исходного текста сохранены в адаптации).

#### **Требования к выполнению:**

1. Указать, для какой соцсети предназначен пост, и продемонстрировать соответствие возможностям, требованиям и рекомендациям выбранной платформы.

2. Объем поста соответствует рекомендациям лучших практик выбранной платформы.

3. Адаптированная версия соответствует теме исходного текста и его наполнению.

4. Пост мотивирует узнать больше о событии, прочитав полную версию текста.

#### **Практическая работа 4.**

**Тема:** Отработка негативных комментариев в мессенджерах. Формирование базы скриптов для работы с негативом в соцсетях (1 час).

**Задание:** Подготовить 2 варианта ответа на предложенный негативный комментарий, используя предложенные коммуникативные методики отработки негатива (на выбор участника).

**Критерии оценивания:** Если выполнено два и более пунктов, то задание выполнено; если выполнено один или менее пунктов, задание не зачтено.

Следование методикам (ответы составлены с использованием предложенных техник, н-р, «Сэндвич», «Союзник», «Решение проблемы»).

Корректность и поддержание Tone of Voice (ответы вежливы, профессиональны, не провоцируют эскалацию конфликта. Соответствуют ToV аккаунта).

Эффективность (ответы направлены на деэскалацию и решение проблемы, а не на победу в споре).

#### **Требования к выполнению:**

1. Предоставить два разных варианта ответа на один комментарий.
2. Для каждого варианта указать, какая коммуникативная методика была использована.
3. Ответы должны быть корректны, соответствовать ToV.

### **Раздел 4. Фотография**

**Практическая работа 1 Тема:** Применение знаний об основах композиции на съёмке. (1 час)

**Задание:** Слушатель получает один выбранный предмет. Его задача — снять этот предмет 6 раз, соблюдая следующие требования:

#### **Крупность плана (4 кадра):**

1 кадр: Общий план (предмет занимает малую часть кадра). Цель: показать контекст.

1 кадр: Средний план (предмет занимает большую часть кадра, виден полностью). Цель: основной объект.

1 кадр: Крупный план (предмет заполняет кадр, видны детали). Цель: акцент на деталях, текстурах.

1 кадр: Макро/Сверхкрупный план (максимально близко, фокус на мелкой детали: надпись, текстура, край).

#### **Композиция (2 кадра):**

1 кадр: Использовать правило третей (расположить ключевой элемент предмета или сам предмет на пересечении линий).

1 кадр: Использовать симметрию или диагональные линии (построить кадр так, чтобы линии предмета или его расположение создавали четкую симметрию или диагональ).

**Цель** — отработать базовые технические навыки: сознательный выбор крупности плана (общий, средний, крупный, макро) для передачи разного смысла (контекст, объект, детали, текстуры) и применение ключевых правил композиции (правило третей, симметрия/диагональ) на практике, формируя основу для выразительного кадра.

**Критерии оценивания:** Если выполнено три пункта из пяти, то задание выполнено.

1. Предоставлены все требуемые фотографии в указанном количестве.
2. Файлы соответствуют требованиям: формат JPEG, цветовое пространство RGB, размер  $\leq 2$  МБ.

3.Основной объект в фокусе, экспозиция приемлема (нет сильной пересветки/недосветки), отсутствие грубых дефектов.

4.Работа отвечает конкретным требованиям темы (крупность планов, композиция, разные идеи, жанр, цельность серии, обработка исходных фото).

5.В работах, где это предусмотрено (ПР2, ПР3), видна передача разных идей/эмоций/историй или общая задуманная концепция/жанр.

**Требования к выполнению:**

- цвет: RGB
- готовый файл: jpg
- размер файла: до 2 мегабайт.

**Практическая работа 2 Тема:** Применение знаний об основах композиции на съёмке. (1 час)

**Задание:** Слушатель выбирает один предмет из доступных. Его задача — сфотографировать этот предмет три раза, но так, чтобы каждый снимок передавал совершенно разную идею, эмоцию или историю.

**Цель** — развить креативное мышление и умение использовать технические средства как инструменты для передачи абстрактных понятий, научившись снимать один и тот же предмет так, чтобы каждый кадр выражал уникальную идею, эмоцию или историю.

**Критерии оценивания:** Если выполнено три пункта из пяти, то задание выполнено.

1.Предоставлены все требуемые фотографии в указанном количестве.

2.Файлы соответствуют требованиям: формат JPEG, цветовое пространство RGB, размер  $\leq$  2 МБ.

3.Основной объект в фокусе, экспозиция приемлема (нет сильной пересветки/недосветки), отсутствие грубых дефектов.

4.Работа отвечает конкретным требованиям темы (крупность планов, композиция, разные идеи, жанр, цельность серии, обработка исходных фото).

5.В работах, где это предусмотрено (ПР2, ПР3), видна передача разных идей/эмоций/историй или общая задуманная концепция/жанр.

**Требования к выполнению:**

- цвет: RGB
- готовый файл: jpg
- размер файла: до 2 мегабайт

**Практическая работа 3. Тема:** съёмка репортажа, портрета, предмета. (1 час)

**Задание:** Слушатель должен выбрать один из жанров и продумать, как его сфотографировать (идея, смысл, план). Итог: серия из 6 фотографий.

**Цель** — сформировать комплексное проектное мышление: научиться создавать законченную серию (6 фото и более) в выбранном жанре (портрет, пейзаж и др.), пройдя все этапы — от разработки идеи и плана съемки до реализации, с акцентом на жанровую специфику, целостность серии и нарратив.

**Критерии оценивания:** Если выполнено три пункта из пяти, то задание выполнено.

1.Предоставлены все требуемые фотографии в указанном количестве.

2.Файлы соответствуют требованиям: формат JPEG, цветовое пространство RGB, размер  $\leq$  2 МБ.

3.Основной объект в фокусе, экспозиция приемлема (нет сильной пересветки/недосветки), отсутствие грубых дефектов.

4.Работа отвечает конкретным требованиям темы (крупность планов, композиция, разные идеи, жанр, цельность серии, обработка исходных фото).

5.В работах, где это предусмотрено (ПР2, ПР3), видна передача разных идей/эмоций/историй или общая задуманная концепция/жанр.

**Требования к выполнению:**

- цвет: RGB
- готовый файл: jpg
- размер файла: до 2 мегабайт

**Практическая работа 4** Тема: Работа в программах по обработки фотографий (1 час) (AdobeLightroomClassic; Photoshop)

**Задание:** Обработка фотографий, сделанных в процессе всей практики.

**Цель** — овладеть базовыми навыками цифровой постобработки (Lightroom) как финальным этапом фотопроцесса, научившись корректировать снимки для усиления выразительности, исправления недочетов и подготовки файлов к использованию.

**Критерии оценивания:** Если выполнено три пункта из пяти, то задание выполнено.

1.Предоставлены все требуемые фотографии в указанном количестве.

2.Файлы соответствуют требованиям: формат JPEG, цветовое пространство RGB, размер  $\leq$  2 МБ.

3.Основной объект в фокусе, экспозиция приемлема (нет сильной пересветки/недосветки), отсутствие грубых дефектов.

4.Работа отвечает конкретным требованиям темы (крупность планов, композиция, разные идеи, жанр, цельность серии, обработка исходных фото).

5.В работах, где это предусмотрено (ПР2, ПР3), видна передача разных идей/эмоций/историй или общая задуманная концепция/жанр.

**Требования к выполнению:**

- цвет: RGB
- готовый файл: jpg
- размер файла: до 2 мегабайт

**Раздел 5. Айдентика и работа с изображениями**

**Практическая работа1.** Тема: Анализ кейсов айдентики. (1 час)

**Задание:**

Найти 10 примеров кейсов айдентики брендов или мероприятий (с указанием дизайн агентства и кратким описанием).

**Цель:** Практическая работа проводится с целью получить знание о разнообразии подходов к разработке айдентики, задание поможет изучить реальные кейсы от ведущих дизайн-агентств, разобрать их структуру и принципы визуальной коммуникации, что в дальнейшем позволит создавать более осмысленные и эффективные дизайн-концепции

**Итог:** презентация в любой удобной для вас программе. На одном слайде может быть размещен максимум один пример кейса и подпись к нему.

**Критерии оценивания:** Задание выполнено - зачтено, не выполнено - не зачтено. Задание считается выполненным в том случае, если найдено и оформлено в виде презентации 10 кейсов и для каждого из них написано небольшое описание в соответствии с требованием задания, в иных случаях задание считается не выполненным.

**Практическая работа 2 Тема:** Пост для социальных сетей медиацентра (3 часа)

**Задание:**

Создать визуально приятный и стильный пост для социальных сетей медиацентра, который будет привлекать внимание и передавать информацию о мероприятиях, новостях или услугах.

**Цель:** Практическая работа проводится с целью отработать навык работы с графическими редакторами, задание включает практическое применение инструментов Figma, обработки изображений, создания композиций и подготовки контента к публикации.

**Задачи:**

Определить тему поста, акцентируя внимание на визуальной составляющей (например, насыщенные цвета для анонсов, минималистичный стиль для объявлений).

Исследовать предпочтения целевой аудитории по визуальному контенту: какие стили и элементы дизайна вызывают наибольший интерес.

Разработать концепцию оформления с акцентом на использование графических элементов, баланс между текстом и изображениями.

**Требования к дизайну:**

Использование как минимум двух обработанных в программе изображений

Применять яркие или контрастные цвета для создания фокуса на ключевых элементах.

Обеспечить читаемость текста путем выбора грамотного форматирования и шрифтов

**Инструменты:**

Использовать графические редакторы Figma, (дополнительно AdobePhotoshop, Illustrator)

**Итог:** Презентация выполненной работы на мокапе

**Обязательные элементы:**

- Минимум одно обработанное фото
- Авторская графика
- Логотип
- Использовать не более двух-трех различных шрифтов

**Технические критерии:**

- Цветовой режим RGB
- Размер 1080 × 1080 px
- Сохранить в PNG

**Критерии оценивания:** Задание считается выполненным в том случае, если были выполнены все технические критерии и были добавлены все обязательные элементы, в ином случае задание считается не выполненным.

## **Раздел 6. Основы съемки и монтажа видео**

### **Практическая работа 1. Съемка видеоматериала (3,5 часа)**

#### **Задание:**

Разбившись на группы, участники примеряют на себя роли сценаристов, режиссеров-постановщиков, операторов, администраторов. Сценарист – придумывает общую идею для ролика, режиссер-постановщик делает раскадровку на бумаге, оператор снимает видео на фотокамеру/телефон, администратор следит за «чистотой» кадра. За отсутствием брака следит вся команда.

**Итог:** видеоматериал, из которого можно смонтировать видеоролик для соцсетей школьного медиацентра продолжительностью до 1 минуты.

**Критерии оценивания:** Задание выполнено – зачленено. Задание не выполнено – не зачленено. **Требования к выполнению:**

- материал отснят согласно утвержденной идеи и раскадровке;
- в кадре отсутствует визуальный мусор;
- композиция кадра соблюдается;
- отсутствует ярко выраженный брак.

### **Практическая работа 2. Монтаж отснятого видеоматериала (3,5 часа)**

#### **Задание:**

Слушатели монтируют в одном из двух видеоредакторов ролик. Для этого им нужно найти подходящую музыку, использовать по необходимости аудио- и видеоэффекты, определенные монтажные переходы, анимацию, а также придерживаться правил монтажа «через план».

**Итог:** готовый смонтированный видеоролик для соцсетей школьного медиацентра, с ярко выраженной идеей, структурой, отсутствием логических несостыковок, продолжительностью до 1 минуты.

**Критерии оценивания:** Задание выполнено – зачленено. Задание не выполнено – не зачленено.

#### **Требования к выполнению:**

- при монтаже ролика соблюдались все необходимые правила,
- ролик сохранен в нужном формате.
- в ролике отсутствует технический брак,
- аудиоряд соответствует видеоряду и не вызывает диссонанса.

## **Итоговая аттестация**

Оценивается по совокупности выполненных практических работ.

## 4. Организационно-педагогические условия реализации программы

### 4.1. Организационно-методическое и информационное обеспечение программы

#### **Нормативные документы:**

1. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 октября 2013 г. N 544н "Об утверждении профессионального стандарта "Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)"

2. Федеральный закон от 29.12.2012№ 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

3. Федеральный закон от 08.06.2020 N 164-ФЗ "О внесении изменений в статьи 71.1 и 108 Федерального закона "Об образовании в Российской Федерации"

4. Приказ Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам" (с изменениями и дополнениями)

5. Указ Президента РФ от 07.05.2024 N 309 "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года"

6. Федеральная образовательная программа основного общего образования (Утверждена приказом Минпросвещения России от 18.05.2023 под № 370)

7. "Примерная программа воспитания" (одобрена решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию, протокол от 02.06.2020 N 2/20)

8. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. N 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „Об образовании в Российской Федерации“ по вопросам воспитания обучающихся»

#### **Литература по журналистике:**

Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. — М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. — 224 с.

Журналистика и медиа / под редакцией А.В. Толоконниковой / Е. Л. Вартанова, И. Б. Александрова, Е. А. Салихова и др. — Москва: Факультет журналистики МГУ, 2022. — 152 с. Журналистика и медиа. 11 класс: Учеб. пос. по специальному курсу / под ред. А.В.

Толоконниковой / Е. Л. Вартанова, А. В. Толоконникова, И. А. Сурнина и др. — Фак. журн. МГУ М, 2023. — 239 с.

Тележурналистика / под редакцией А.В. Толоконниковой / Е. Л. Вартанова, А. В. Толоконникова, И. Е. Иванова и др. — Фак. журн. МГУ М, 2022. — 159 с.

Тележурналистика. 11 класс: Учеб. пос. по специальному курсу / под ред. А.В. Толоконниковой / Е. Л. Вартанова, А. В. Толоконникова, Д. М. Вьюгина и др. — Фак. журн. МГУ М, 2023. — 90 с.

Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения - 978-5-4461-1295-1 - Ким М. Н., Пак Е. М. - 2020 - Санкт-Петербург: Питер - <https://ibooks.ru/bookshelf/365220> - 365220 - iBOOKS

**Интернет-ресурсы по журналистике:**

<https://www.journ.msu.ru/entry/fakultet-zhurnalistiki-shkole/uchebnye-i-metodicheskie-materialy.php>

<https://www.journ.msu.ru/entry/fakultet-zhurnalistiki-shkole/>

**Интернет-ресурсы по SMM:**

<https://practicum.yandex.ru/blog/besplatnye-resursy-dlya-obucheniya-smm/>  
<https://xn--14-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/wp-content/uploads/2022/12/BK-SMM-Gajd.pdf>

<https://www.kp.ru/edu/rabota/professiya-smm-menedzher/>

<https://videoinfographica.com/smm-courses/>

<https://edu.partnerkin.com/c/kursy-smm>

<https://propostuplenie.ru/article/professija-smmmenedzher-chem-zanimajutsja-skolko-poluchajut-smmmarketologi-gde-uchitsja-v-2022-godu>

**Литература по фотографии:**

Беляева, О. А. Композиция: практическое пособие для вузов / О. А. Беляева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2019; Кемерово: КемГИК. — 59 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-11593-2 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-8154-0413-7 (КемГИК). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/445688> (дата обращения: 28.08.2023)

Беляева, О. А. Композиция: практическое пособие для вузов / О. А. Беляева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 59 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11593-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476281> (дата обращения: 27.08.2024)

Омельяненко Е.В. - Цветоведение и колористика - Издательство "Лань", "Планета музыки" - 2017 - ISBN: 978-5-8114-1642-4 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/92657>

Peter Bauer. (2021). Adobe Photoshop CC For Dummies. ForDummies.

Фотография: увидеть увиденное - 978-5-496-01020-7 - Брикман Д. Б. - 2015 - Санкт-Петербург: Питер - <https://ibooks.ru/bookshelf/342314> - 342314 -iBOOKS

Левкина, А. В., Основы фотографии: учебное пособие / А. В. Левкина. — Москва:КноРус, 2021. — 141 с. — ISBN 978-5-406-05051-4. — URL: <https://book.ru/book/936937> (дата обращения: 26.08.2024). — Текст: электронный

Левкина, А. В., Основы фотографии: учебное пособие / А. В. Левкина. — Москва:КноРус, 2021. — 141 с. — ISBN 978-5-406-05051-4. — URL: <https://book.ru/book/936937> (дата обращения: 26.08.2024). — Текст: электронный

Фотография как современное искусство, Коттон, Ш., 2020

Фотодело: Учебное пособие / А.В. Левкина. - М.: Альфа-М: НИЦ Инфра-М, 2013. - 320 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). (переплет) ISBN 978-5-98281-319-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/366626>

Цифровая фотография. Школа мастерства. - 978-5-388-00614-1 - Беленький А. И. - 2008 - Санкт-Петербург: Питер - <https://ibooks.ru/bookshelf/28415> - 28415 - iBOOKS

Искусство видеть: о творческих способностях восприятия, о языке линий и красок и о воспитании зрителя, Даниэль, С., 2006

Искусство видеть, Бергер, Дж., 2012

**Электронные обучающие материалы по фотографии:**

<https://www.fotosklad.ru/expert/>

<https://www.adobe.com/ru/products/photoshop.html>

### **Литература по айдентике и дизайну:**

Основы дизайна и композиции: современные концепции / под ред. Е. Э. Павловской. — М.: Юрайт, 2023. — 120 с

Геометрия дизайна: [пропорции и композиция] / Кимберли Элам; перевод с английского Владимира Измайлова. - Москва: КоЛибро: Азбука-Аттикус

Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [Электронный ресурс]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555050>

Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва: ЮНИТИ, 2022

Дизайн: история и теория: учеб. пособие, Ковешникова, Н. А., 2005

100 главных принципов дизайна, Уэйншенк, С., 2021

Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517> (дата обращения: 27.08.2024)

**Электронные обучающие материалы по айдентике и дизайну:**

Обучающие материала, официальный сайт Adobe [Электронный ресурс]  
URL: <https://www.adobe.com/creativecloud.html>

Обучающие материала, официальный сайт Figma [Электронный ресурс]  
URL: <https://www.figma.com/prototyping/>

### **Интернет-ресурсы по основам съемки и монтажу видео:**

Даниэль Арижон. Грамматика киноязыка <https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/prochaya-nauchnaya-literatura/312806-2-daniel-arizhon-grammatika-kinoyazyka.html#text>

Л.В. Кулешов. Азбука кинорежиссуры <https://coollib.cc/b/756354-lev-vladimirovich-kuleshov-azbuka-kinorezhissuryi/readp>

А.Г. Соколов. Монтаж: телевидение, кино, видео  
<https://coollib.cc/b/753295-andrey-georgievich-sokolov-montazh-televidenie-kino-video/read>

Стивен Кац. Кадр за кадром <https://libcat.ru/knigi/spravochnaya-literatura/rukovodstva/437357-2-stiven-kac-kadr-za-kadrom-ot-zamysla-k-filmu.html#text>

Брюс Блок. Визуальное повествование <https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/kulturologiya/425897-bryus-blok-vizualnoe-povestvovanie-sozdanie-vizualnoj-struktury-filma-tv-i-cifrovyh-media.html#read>

#### 4.2. Материально-технические условия реализации программы

<b>Аудитория №107 (Советская, 24) с 6 октября до 10 октября включительно</b>	
Вид занятий: лекции, практические занятия	Наименование оборудования, программного обеспечения
Для всех	ПК (по количеству слушателей) с возможностью выхода в интернет. Место для преподавателя тоже с пк и возможностью подключиться к интернету и экрану для демонстрации материала. Мультимедийный проектор. Экран для демонстрации. Доска. Офисный пакет Microsoft Office (MS Office). Google Chrome. Mozilla Firefox
Раздел Айдентика и работа с изображениями	Иллюстратор. Adobe Photoshop. зарегистрированные аккаунты в приложении Фигма
Раздел Фотография	Lightroom Photo & Video Editor на ПК
Раздел Основы съемки и монтажа видео	Premiere Pro установленный на ПК. Программа Сарсит на ПК и на смартфон должна быть скачана и установлена
Раздел Жанры в журналистике и SMM-практика и SMCS (планирование, ведение и продвижение)	ворд (если будет оупен-офис, то предупредить, в оупен-офисе есть не все нужные функции). программа для показа презентации в формате PDF. проектор/экран для демонстрации презентации в большом размере (чтобы все видели). маркерная доска с маркерами или флипчарт с маркерами на случай, если будет необходимость что-то дополнительно пояснить и визуализировать схемами. возможность открывать/скачивать материалы участников на компьютер преподавателя с флеш-накопителя или по сети. доступ в интернет для всех участников (доступ к веб-версии ВК, телеграм)

#### *Для слушателей:*

##### Раздел Фотография:

1) Программа Lightroom Photo & Video Editor должна быть скачана и установлена у слушателя **на смартфон**

##### Раздел Основы съемки и монтажа видео:

1) Программа Сарсит должна быть скачана и установлена у слушателя **на смартфон**

##### Раздел Жанры в журналистике:

1) **На флэшке** необходимо принести 1-2 авторских текста для разбора. Это могут быть ваши личные тексты или тексты участников вашего медиацентра.

Желательно, чтобы объем текстов не превышал 3-3,5 тыс. знаков (с пробелами), это примерно на 1 лист. Постараемся проанализировать как можно больше, поэтому помните, чем длиннее текст, тем поверхностнее будет его анализ.

Раздел SMM-практика и SMCS (планирование, ведение и продвижение)

1) **Доступ администратора** к аккаунтам школьных медиацентров в вк и тг для работы с аналитикой (через веб-версию и через смартфон)

## **5. Кадровые условия**

Составитель программы:

Слободенюк Яна Анатольевна, главный специалист отдела по информационной работе, связям с общественностью и СМИ КГАОУ ДПО ХКИРО им. К. Д. Ушинского