


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
/Е.В. Гузман/
подпись

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Школьный медицентр

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

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

| | | | |
|--|--|---|--|
| обеспечение достижений 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 | Фотография Знает основы съемки и обработки фотографии Съемка и монтаж видео Знает основы видеопроизводства; Реклама Знает как составить продакшен брифы и разбирается в этапах рекламного производства Айдентика и работа с изображениями Знает: Основные принципы и элементы айдентики Жанры в журналистике Знают базовые теории жанров (имеют представление о жанрах журналистики) законами жанра и с учетом специфики медиа SMM Знает особенности формирования | Фотография: Умеет обрабатывать изображение, применяя различные техники. Съемка и монтаж видео Умеет снимать и монтировать видео; Реклама Умеет производить коммуникационный продукт с использованием аудио и видео технологий. Айдентика и работа с изображениями Умеет: Создавать изображения для оформления постов в тг и вк, школьного сайта, интернет-журнала/газеты Жанры в журналистике 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 | SMM 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 ¹ | 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 | Входной контроль | 1 | | 1 | Тест |
| 1 | Раздел 1. Вводная часть. Госполитика в сфере образования | 3 | 3 | | Собеседование |
| 1.1. | Тема1. Государственная образовательная политика и практика | 1 | 1 | | Собеседование |
| 1.2. | Тема2. Регламент работы госаппарата школы | 1 | 1 | | Собеседование |
| 1.3. | Тема3. Возможности получения школьному медиацентру грантов от государства | 1 | 1 | | Собеседование |
| 2 | Раздел 2. Жанры в журналистике | 6 | 2 | 4 | Практическая работа |
| 2.1. | Тема1. Специфика жанров в журналистике | 3 | 1 | 2 | Практическая работа |
| 2.2. | Тема2. Создание текстов | 3 | 1 | 2 | Практическая работа |
| 3 | Раздел 3. SMM-Практическая работа и SMCS | 6 | 2 | 4 | Практическая работа |
| 3.1. | Тема1. Формирование коммуникационной стратегии в socialmedia | 3 | 1 | 2 | Практическая работа |
| 3.2. | Тема2. SMM-практика | 3 | 1 | 2 | Практическая работа |
| 4 | Раздел 4. Фотография | 6 | 2 | 4 | Практическая работа |
| 4.1. | Тема1. Современная фотография | 3 | 1 | 2 | Практическая работа |
| 4.2. | Тема2. Отработка основных принципов фотографии и обработки | 3 | 1 | 2 | Практическая работа |
| 5 | Раздел 5. Айдентика и работа с изображениями | 6 | 2 | 4 | Практическая работа |
| 5.1. | Тема1. Дизайн и визуализация контента | 3 | 1 | 2 | Практическая работа |

¹ 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 |
| 6 | <i>Раздел 6.</i> Основы съемки и монтажа видео | 8 | 1 | 7 | 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 |
| 7 | Итоговая аттестация | 0 | | | По совокупности выполненных практических работ |
| | | 36 | 12 | 24 | |

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

Задание: Написать 10 тем для публикаций школьного медиacentра 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 помощи 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 arches McDonald'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 айдентiku, 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 внутрикадровом 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 ярковыраженной идеей, структурой, отсутствием логических несостыковок, продолжительностью до 1 минуты.

3. Формы аттестации и оценочные материалы

Входной контроль

Форма: Тест/Вопросы

Критерии оценивания: Тест считается пройденным, 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) Быстренько 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)

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) Стилль 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"?

- a) Потому что все фотографы ленятся снимать правильно.
- b) Она позволяет реализовать творческий замысел: усилить настроение, акцентировать внимание, исправить небольшие недочеты, привести серию к единому стилю. (правильно)
- c) Без нее невозможно получить файл в формате JPEG.
- d) Она нужна только для коммерческой фотографии.

9. Что такое кадрирование?

- a) Изменение размера фотографии для печати.
- b) Удаление лишних частей изображения для улучшения композиции. (Правильный)
- c) Настройка яркости и контрастности.

10. Чем инструмент "Яркость/Контраст" обычно отличается от "Уровней" или "Кривых"?

- a) "Яркость/Контраст" работает только с цветами.
- b) "Уровни" и "Кривые" дают гораздо более точный контроль над тональным диапазоном (теньями, средними тонами, светами). (Правильный)
- c) "Яркость/Контраст" сложнее в использовании.

11. Что происходит при сильном применении "Шумоподавления"?

- a) Фотография становится более резкой и детализированной.
- b) Уменьшается цветовой шум, но могут "замыливаться" мелкие детали и текстуры. (Правильный)
- c) Увеличивается глубина резкости.

12. Для чего в первую очередь используется инструмент "Баланс Белого"?

- a) Для увеличения общей яркости фотографии.
- b) Для коррекции цветовых оттенков, вызванных разным освещением (чтобы белые объекты выглядели белыми). (Правильный)
- c) 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?
а) 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 жребии 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 зачтено.*

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 помощи 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 зачтено.*

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 ToV 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 зачтено.*

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

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 ToV.

Практическая работа 2.

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

Задание: Проанализировать КРІ 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 зачтено.*

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. Используются 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 зачтено.*

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 ≤ 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: jpeg
- 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 ≤ 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: jpeg
- 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 съёмки 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 ≤ 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: jpeg
- 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 фото процесса, 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 ≤ 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: jpeg
- 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 Adobe Photoshop, 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 – зачтено. Задание не выполнено – не зачтено. **Требования к выполнению:**

- материал отснят согласно утвержденной идее 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 ярковыраженной идеей, структурой, отсутствием логических несостыковок, продолжительностью до 1 минуты.

Критерии оценивания: Задание выполнено – зачтено. Задание не выполнено – не зачтено.

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--14-9kcqjffxf3b.xn--p1ai/wp-content/uploads/2022/12/BK-SMM-Gajd.pdf>

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

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

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

<https://propostuplenie.ru/article/professija-smm-menedzher-chem-zanimajutsja-skolko-poluchajut-smm-marketologi-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.; 60х90 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-cifrovyyh-media.html#read>

4.2. Материально-технические условия реализации программы

| Аудитория №107 (Советская, 24) с 6 октября до 10 октября включительно | |
|---|--|
| 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 Camcut 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 Camcut 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