

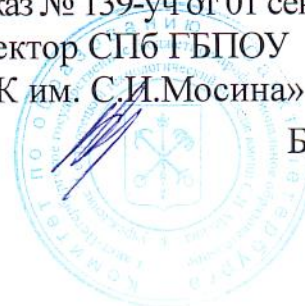


КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СЕСТРОРЕЦКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИМЕНИ С.И.МОСИНА»

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА
на педагогическом совете
СПб ГБПОУ «СТК им. С.И.Мосина»
протокол № 2 от «31» марта 2026 г.

УТВЕРЖДЕНА
Приказ № 139-уч от 01 сентября 2026 г.
Директор СПб ГБПОУ
«СТК им. С.И.Мосина»

Бухаров Д.В.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«МЕДИА ШУМ»**

Срок освоения: 1 год
Возраст обучающихся: 16-45 лет

Разработчик:
Анцыгина Галина Геннадьевна,
педагог дополнительного образования



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат:
00664DC879C533775480DBF7FBC06F9A1A
Владелец: Бухаров Денис Валерьевич
Действителен: с 04.06.2026 до 28.08.2027

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Направленность программы

Дополнительная общеразвивающая программа «Медиа ШУМ» (далее – программа «Медиа ШУМ») имеет социально-гуманитарную направленность: она направлена на формирование медиаграмотности и социальной компетентности обучающихся, развитие социальной активности, лидерских качеств и навыков работы в команде, профессиональное самоопределение в сфере медиа и коммуникаций. Программа превращает обучающегося из пассивного потребителя информации в активного, критически мыслящего создателя медиаконтента, способного нести ответственность за публикуемую информацию и эффективно использовать современные цифровые инструменты.

Актуальность реализации

Социальный запрос и вызовы цифровой среды:

- Информационная перегрузка: современные студенты живут в насыщенном медиaprостранстве, но зачастую не обладают навыками критического анализа и создания качественного контента. Программа призвана научить их не просто потреблять, а осмысленно создавать и распространять информацию.
- Цифровая грамотность как базовая компетенция: умение работать с цифровыми инструментами, вести социальные сети, создавать мультимедийные продукты является неотъемлемой частью профессиональной и повседневной жизни любого специалиста, независимо от его будущей профессии.
- Профилактика рисков: осознанная медиа деятельность под руководством педагогов способствует формированию иммунитета к манипуляциям, фейкам и деструктивному контенту в интернете.

Образовательные и карьерные перспективы:

- Развитие гибких навыков (Soft Skills): работа в редакции напрямую развивает над профессиональные компетенции, востребованные на рынке труда: командная работа, проектное мышление, креативность, тайм-менеджмент, коммуникабельность и публичные выступления.
- Ранняя профессионализация: Программа предоставляет возможность для профессиональных проб в сферах журналистики, дизайна, SMM, видеопроизводства, что может помочь студенту в выборе дальнейшей траектории обучения и построения карьеры.
- Практико-ориентированный подход: Знания, полученные на занятиях, немедленно применяются на практике в создании реального продукта – медиаресурсов колледжа.

Воспитательный и социокультурный потенциал:

- Формирование активной гражданской позиции: студенческое медиа становится «голосом» студенчества, инструментом освещения жизни колледжа, обсуждения проблем и предложения инициатив, что способствует развитию студенческого самоуправления.
- Укрепление корпоративного духа и бренда колледжа: качественное медиaprостранство формирует позитивный имидж учебного заведения как внутри (среди студентов и преподавателей), так и вовне (среди абитуриентов и их родителей, партнеров).
- Создание воспитывающей среды: совместная проектная деятельность сплачивает коллектив, воспитывает ответственность за общее дело и чувство принадлежности к сообществу колледжа.

Таким образом, программа отвечает на вызовы времени и напрямую способствует достижению стратегических целей развития образования – воспитанию успешного, компетентного и ответственного гражданина, обладающего навыками медиаграмотности, востребованным на современном рынке труда и в обществе.

Воспитательный потенциал программы:

- формирование индивидуальной свободы личности. В основе дополнительного образования лежит личностная мотивированность, что способствует развитию индивидуальности.

- Развитие творческих способностей. Нестандартные комбинированные формы, методы обучения и воспитания стимулируют активность обучающихся, ставят их в субъектную позицию, предоставляют возможность для самовыражения.

- Формирование практических медийных навыков для дальнейшего продолжения обучения и профессиональной деятельности личностного маршрута.

Программа соответствует государственной политике в области образования и воспитания: Указу Президента Российской Федерации от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» (цель «Реализация потенциала каждого человека, развитие его талантов, воспитание патриотичной и социально ответственной личности»), Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 года (распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р), Основам государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей (Указ Президента РФ от 09.11.2022 № 809). Программа отвечает запросу студентов колледжа и опирается на ресурсы молодёжного медиацентра колледжа.

Адресат

Программа рассчитана на обучающихся в возрасте от 16 до 45 лет: студентов колледжа (в том числе совершеннолетних) и молодёжь, обучающуюся в общеобразовательных и профессиональных образовательных учреждениях, интересующихся журналистикой, фото- и видеосъёмкой, дизайном и социальными сетями. Специальной подготовки и медицинского допуска не требуется. Группа разновозрастная.

Уровень освоения программы

Уровень освоения программы - базовый. Объём программы (216 часов в год) превышает максимальный объём общекультурного уровня (до 144 часов в год, приложение № 2 к распоряжению Комитета по образованию от 25.08.2022 № 1676-р). Программа предполагает создание реального медиапродукта колледжа, участие обучающихся в конкурсах студенческих СМИ и чемпионатах, презентацию результатов на уровне района и города, что соответствует целеполаганию и требованиям к результативности базового уровня.

Объём и срок освоения программы

Объём программы «Медиа ШУМ» составляет 216 часов со сроком освоения 1 год.

Отличительные особенности ДОП

В Программе предусмотрены задания и участие в мероприятиях, где обучающийся имеет возможность продемонстрировать свои умения и создать материал для публикаций в социальных сетях колледжа, для участия в конкурсных направлениях, чемпионатных движениях.

В основу отбора и систематизации материала содержания Программы положены принципы комплексности, преемственности и вариативности.

Принцип комплексности программы выражен в теснейшей взаимосвязи всех сторон учебного процесса: теоретической, практической.

Принцип преемственности прослеживается в последовательности изложения теоретического материала по мере прохождения программы, в углублении и расширении практических заданий по созданию медиаконтента, единстве задач, средств и методов обучения.

Принцип вариативности дает свободу выбора средств и методов при определении времени для освоения материала и его практического применения обучающимися. Исходя из конкретных обстоятельств, при решении той или иной педагогической задачи педагог может вносить свои коррективы в построении учебно-практических занятий, не нарушая общих подходов.

В данной Программе, реализуемой в системе среднего профессионального образования в рамках дополнительного образования, осуществляется обучение молодежи навыкам медиа деятельности, как повышение компетентности и всестороннего развития личности для достижения конкурентоспособности на современном рынке труда.

Программа ориентирована на личностный рост с учетом выбора профессионального маршрута и позволяет усваивать материал основного профессионального обучения, но и стимулирует развитие профессиональных навыков (Hard Skills), личностных качеств и над профессиональных навыков (soft skills): критическое и проектное мышление (анализ информации, генерация идей, планирование и реализация проектов), командная работа и коммуникация (работа в редакции по принципам реального медиасообщества, распределение ролей, конструктивная обратная связь), креативность (умение нестандартно подходить к решению задач и созданию контента), ответственность и дисциплина (соблюдение дедлайнов, работа на результат, ответственность за качество публикуемого материала), публичные выступления (защита проектов, проведение интервью, презентация своих идей). Программа воспитывает активного и ответственного члена обществ: умение критически оценивать информацию, противостоять фейкам и манипуляциям, понимание основ авторского права, этики журналиста, ответственности за распространение информации, освещение жизни колледжа, участие в решении студенческих проблем, формирование повестки, осознанное формирование личного и корпоративного (колледжа) цифрового следа.

Программа обладает рядом принципиальных отличий от существующих аналогов:

1. Комплексный и конвергентный подход.

- Новизна: Программа не фокусируется на одном направлении, объединяет все ключевые направления современной медиаиндустрии: текст, фото, видео, дизайн, звук и продвижение. Это отражает реальную практику, где медиапродукт является мультимедийным по своей сути.

2. Сквозной проектный принцип.

- Новизна: теоретические модули выстроены не изолированно, а как этапы производства единого проекта. С первого занятия студенты работают над созданием и развитием реального медиаресурса колледжа (паблик в соцсетях, видеоблога). Все полученные навыки интегрируются в проект.

3. Акцент на мобильных и доступных технологиях.

- Отличительная особенность: Программа делает ставку на использование смартфонов и доступного (в т.ч. бесплатного) программного обеспечения (Canva, CapCut). Это снижает порог входа и демонстрирует, что для создания качественного контента не обязательно дорогое оборудование, важны в первую очередь идеи и компетенции.

4. Интеграция медиаграмотности и правовой культуры.

- Новизна: медиаграмотность и правовые основы не являются отдельным блоком, а "вшиты" в каждый практический модуль. При создании новости обсуждаются вопросы проверки информации и источников; при публикации фото – вопросы авторского права и этики съемки.

5. Моделирование реальной редакционной деятельности.

- Отличительная особенность: в процессе обучения формируется редакция со своими ролями (редактор, журналист, фотограф, SMM-менеджер, дизайнер), системой планирования (редакционные планерки, контент-план) и контроля качества. Это дает бесценный опыт работы в команде по реальным правилам медиасферы.

6. Гибкость и вариативность.

- Отличительная особенность: Программа может быть адаптирована под конкретные нужды и инфраструктуру колледжа. Итоговый продукт может быть реализован в разных форматах: от классической новостной ленты до современного канала или подкаста, в зависимости от интересов студенческой команды, колледжа, образования.

Цель и задачи программы

Целью программы «Медиа ШУМ» является формирование у студентов навыков практической работы в команде студенческого медиацентра для создания качественного мультимедийного контента и развития медиасреды колледжа, построение дальнейшего маршрута самообразования и саморазвития.

Задачами программы являются:

Обучающие:

- сформировать систему знаний о медиапространстве: видах, функциях и принципах работы современных медиа, включая правовые и этические аспекты деятельности;
- обучить основам журналистики и контент-менеджмента: создание текстов (новости, статьи, интервью), редактирование, работа с источниками информации;
- обучить технологии производства визуального контента: фото- и видеосъемка, монтаж, графический дизайн, основы звукорежиссуры;
- научить с digital-инструментами (Canva, Adobe Photoshop, видеоредакторы) для решения практических задач.

Развивающие:

- развить навыки продвижения медиапродуктов: ведение социальных сетей, аналитика аудитории, использование инструментов SMM. Создать условия для реальной медиа практики через организацию работы студенческой редакции и выпуск актуального контента для колледжа;
- развить навыки проектной деятельности: от разработки идеи и планирования до реализации и оценки результата;
- развить понятия и профессиональных навыки в ролях журналиста, редактора, фотографа, дизайнера, SMM-менеджера.
- развить гибкие навыки (soft skills) (командная работа и распределение ролей в редакции), креативное и критическое мышление;
- способствовать формированию медиаграмотности: умение анализировать информацию, отличать достоверные данные от фейков, осознанно создавать контент;

Воспитательные:

- воспитывать активную гражданскую позицию через освещение событий колледжа, поддержку студенческих инициатив и участие в социально значимых проектах.
- сформировать корпоративную культуру и укреплять сообщество колледжа через медиаактивность;
- популяризировать ценности образования, творчества и профессионального самоопределения;
- развить эстетический вкус и чувство стиля через работу с визуальным контентом и дизайном.
- познакомить с профессиями медиасферы и помочь в построении индивидуальной образовательной траектории;
- создать портфолио реализованных проектов для дальнейшего поступления или трудоустройства;
- организовать взаимодействие с профессионалами индустрии через мастер-классы, экскурсии и совместные проекты.

Планируемые результаты освоения программы

Предметные:

- основы медиаграмотности и журналистской этики;
- принципы работы редакции и контент-стратегии;
- технологии создания текстового, визуального и мультимедийного контента;
- основы продвижения в социальных сетях.

Студент будет уметь:

- создавать и редактировать тексты разных жанров;
- делать качественные фотографии и обрабатывать их;
- снимать и монтировать короткие видеоролики;
- разрабатывать дизайн-макеты для соцсетей;
- работать в команде и участвовать в планировании работы медиа.

Метапредметные:

Универсальные способы деятельности:

- ставить цель и достигать ее: от формулировки идеи до реализации готового медиапродукта в срок;
- планировать и управлять проектами: создавать контент-план, распределять задачи в команде, использовать инструменты тайм-менеджмента (Trello, календари);
- работать с информацией:
- искать и отбирать: быстро находить reliable источники, проверять достоверность данных;
- анализировать и структурировать: выделять главное, преобразовывать сложную информацию в понятные форматы (инфографика, краткий текст);
- Синтезировать и создавать новое: генерировать собственные идеи и контент на основе обработанной информации;
- оценивать результат и себя: анализировать статистику публикаций, давать и принимать конструктивную критику, корректировать свою работу.

Развитие мышления.

- Критическое мышление:
- задавать правильные вопросы («А так ли это?», «Кому это выгодно?», «Что является фактом, а что мнением?»);
- отличать достоверную информацию от манипулятивной и фейковой;
- видеть проблему с разных сторон.
- Креативное мышление:
- придумывать нестандартные ходы и форматы для освещения тем;
- воплощать абстрактные идеи в конкретные медиапродукты (статьи, видео, макеты).
- Системное мышление: видеть медиапроект как единый организм, где текст, дизайн, продвижение и аудитория взаимосвязаны.

Коммуникация и работа в команде.

- Эффективно работать в команде:
- понимать и распределять роли в проекте (редактор, дизайнер, SMM-щик);
- договариваться, находить компромиссы, аргументировать свою точку зрения;
- коллегиально принимать редакционные решения.
- Убедительно излагать мысли:
- в письменной форме (статьи, посты, сценарии);
- в устной форме (обсуждения на планёрках, интервью, защита проектов);
- на языке визуальных образов (фото, видео, дизайн).

Работа в цифровой среде:

- создавать цифровой контент и распространять его с помощью современных технологий;

- соблюдать цифровую гигиену и безопасность: понимать основы авторского права, ответственность за публикации, защищать личные данные.

Личностные:

- сформирован навык реальной проектной деятельности в составе редакции;
- сформирован навык публичных выступлений и защиты своих идей;
- сформирован навык работы с профессиональным программным обеспечением и оборудованием;
- сформирован навык работы в команде.

Организационно-педагогические условия реализации программы:

Язык реализации

Образовательная деятельность по программе «Медиа ШУМ» осуществляется на государственном языке Российской Федерации (русский).

Форма обучения

Обучение по программе «Медиа ШУМ» осуществляется в очной форме.

Особенности реализации

Программа реализуется в очной форме по модульному принципу, без применения сетевой формы и дистанционных образовательных технологий. Программа состоит из 7 модулей:

Модуль 1: Основы медиаграмотности и роль студенческих медиа.

Модуль 2: Разработка контент-стратегии и редакционная работа.

Модуль 3: Текстовый контент: от новости до лонгрид.

Модуль 4: Визуальный контент и дизайн.

Модуль 5: Мультимедийный и видеоконтент.

Модуль 6: Продвижение в соцсетях (smm) и аналитика.

Модуль 7: Итоговый практикум.

Особенности года обучения:

Первое полугодие (сентябрь-декабрь): формирование базовых компетенций и создание редакции.

Сентябрь-октябрь: Адаптационно-мотивационный этап.

- Выявление способностей и навыков владения медиаграмотности.
- Интенсивное погружение в основы медиаграмотности и редакционной работы.
- Знакомство с оборудованием и программным обеспечением.
- Первые пробы в разных ролях (журналист, фотограф, дизайнер).

Ноябрь-декабрь: становление медиакоманды.

- Запуск регулярных рубрик.
- Освоение базовых форматов: новостные заметки, репортажи, фотоотчеты.
- Подготовка специальных проектов к событиям колледжа, района, города, региона.

Второе полугодие (январь-май): расширение форматов и профессионализация.

Январь-май: углубление специализации

- Индивидуальные образовательные траектории по выбранным направлениям.
- Освоение сложных форматов: интервью, расследования, авторские колонки.
- Интенсивы по визуальному контенту: фотосериі, инфографика, базовый

видеомонтаж.

- Работа над специальными проектами к значимым датам.
- Запуск экспериментов с новыми форматами (подкасты, сторителлинг).
- Внешние активности: участие в конкурсах студенческих медиа, коллаборации.
- Подведение годовых итогов работы медиацентра.
- Защита итоговых проектов.

Особенности организации образовательного процесса

В рамках программы проводятся массовые мероприятия: медиасопровождение событий колледжа, района и города, участие в конкурсах и фестивалях студенческих СМИ, чемпионатном движении, итоговая презентация проектов. Предусмотрена совместная деятельность обучающихся и родителей (законных представителей): открытое занятие, публикации о семейных и колледжных событиях, информирование родителей о результатах обучающихся.

Возможность обучения детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов

Обучение детей с ОВЗ и детей-инвалидов возможно. В соответствии с заключением психолого-медико-педагогической комиссии и (или) индивидуальной программой реабилитации (абилитации) создаются специальные условия (пп. 24-30 Порядка, утверждённого приказом Минпросвещения России от 27.07.2022 № 629): индивидуальный темп выполнения заданий, визуальные инструкции и пошаговые памятки, распределение ролей в редакции с учётом возможностей обучающегося, наставничество со стороны более опытных участников. Численный состав группы при включении в неё обучающихся с ОВЗ может быть уменьшен.

Условия набора и формирования групп

На обучение по программе принимаются все желающие в возрасте от 16 до 45 лет по заявлению (запись через портал «Навигатор дополнительного образования»). Отбор не проводится. Группа разновозрастная, численность группы - 15 человек. Возможно деление на подгруппы при выполнении практических работ.

Формы проведения занятий

Для решения образовательных, развивающих и воспитательных задач применяются разнообразные формы проведения занятий:

- Лекции-семинары с использованием мультимедийных презентаций;
- практикумы в компьютерном классе и фото-видео студии;
- выездные практикумы на мероприятия города с участие студенческих СМИ;
- мастер-классы от практикующих специалистов (очные и онлайн);
- воркшопы по разработке контента;
- деловые игры и case-study
- консультации индивидуальные и групповые.;

Формы организации деятельности учащихся на занятии:

фронтальная - объяснение нового материала, разбор публикаций, редакционные планёрки;

групповая - работа в редакционных группах и парах над медиапроектами (журналист, фотограф, дизайнер, SMM-менеджер);

индивидуальная - выполнение индивидуальных заданий, подготовка материалов к конкурсам, консультации.

Материально-техническое оснащение

Обязательное оборудование:

- компьютерный класс с ПК (12-15 рабочих мест);
- проектор или интерактивная панель;
- цифровая фотокамера (2 шт.);
- штативы для фото- и видеосъёмки (3-4 шт.);
- диктофоны (5 шт.);
- световое оборудование для студийной съёмки;

- зеленый фон (хромакей).

Программное обеспечение:

- Adobe Creative Cloud (Photoshop, Premiere Pro) или аналоги;
- офисный пакет (Microsoft Office или Google Workspace);
- мессенджеры для коммуникации редакции.

Помещения:

- медийное пространство с зоной для съемок;
- фото-видео студия (при наличии возможности);
- зоны для индивидуальной и групповой работы.

Кадровое обеспечение:

Программу реализует педагог дополнительного образования, соответствующий требованиям профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» (приказ Минтруда России от 22.09.2021 № 652н), владеющий навыками работы с графическими и видеоредакторами. Для проведения мастер-классов могут привлекаться практикующие журналисты, фотографы, видеографы, SMM-специалисты и дизайнеры.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПО ПРОГРАММЕ «МЕДИА ШУМ»

№ п/п	Наименование раздела, темы	Количество часов			Формы контроля/аттестаци и
		Всего	Теори я	Практи ка	
Модуль 1. Основы медиаграмотности и роль студенческих медиа		20	10	10	
1.	Тема 1.1. Введение в медиа. Роль и виды студенческих СМИ.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Самоанализ
2.	Тема 1.2. Медиаграмотность: как потреблять и критически оценивать информацию.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Самоанализ
3.	Тема 1.3. Журналистская этика и правовые основы деятельности в медиа.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Самоанализ
4.	Тема 1.4. Целевая аудитория и базовые принципы редакционной работы.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Самоанализ
5.	Тема 1.5. Бренд колледжа и его позиционирование в медиа.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Самоанализ
Модуль 2. Разработка контент-стратегии и редакционная работа		38	21	17	
6.	Тема 2.1. Контент-стратегия: от идеи до плана публикаций.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Тестирование
7.	Тема 2.2. Новостная и событийная журналистика в колледже.	10	5	5	Выполнение практических заданий. Тестирование
8.	Тема 2.3. Как придумать тему: мозговой штурм и создание темника.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Тестирование
9.	Тема 2.4. Редакционный менеджмент: распределение ролей, планирование, контроль.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Тестирование
10.	Тема 2.5. Внутренние и внешние коммуникации редакции.	8	6	2	Выполнение практических заданий. Тестирование
Модуль 3. Текстовый контент: от новости до лонгрида		44	20	24	

11.	Тема 3.1. Основы копирайтинга. Структура и виды текстов.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
12.	Тема 3.2. Новостной пост и статья: правила написания.	12	6	6	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
13.	Тема 3.3. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка.	12	6	6	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
14.	Тема 3.4. Как писать интересно: работа с языком и стилем.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
15.	Тема 3.5. Редактура, корректура и SEO-базовые принципы.	4	-	4	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
Модуль 4. Визуальный контент и дизайн		22	11	11	
16.	Тема 4.1. Основы композиции и визуального восприятия.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
17.	Тема 4.2. Фотография в медиа: от съемки до обработки.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
18.	Тема 4.3. Основы графического дизайна (Canva, Adobe Photoshop).	4	2	2	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
19.	Тема 4.4. Визуализация данных: инфографика.	4	2	2	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
20.	Тема 4.5. Разработка фирменного стиля студенческого медиа.	6	3	3	Выполнение практических заданий. Рефлексивный опрос
Модуль 5. Мультимедийный и видеоконтент		48	24	24	
21.	Тема 5.1. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий.	12	6	6	Выполнение практических заданий. Создание

					конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
22.	Тема 5.2. Мобильная видеосъемка: основы операторской работы.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
23.	Тема 5.3. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve).	12	6	6	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
24.	Тема 5.4. Создание подкастов и работа со звуком.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
25.	Тема 5.5. Продвижение видеоформатов.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
Модуль 6. Продвижение в социальных сетях (SMM) и аналитика		36	18	18	
26.	Тема 6.1. Введение в SMM. Особенности разных платформ (ВК, Яндекс, Дзен, МАКС).	6	3	3	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и

					участие в тематических конкурсах города, региона
27.	Тема 6.2. Как оформить сообщество и наполнить его контентом.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
28.	Тема 6.3. Форматы контента в соцсетях: сторис, рилсы, посты, клипы.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
29.	Тема 6.4. Аналитика и метрики: как оценить успех.	6	3	3	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
30.	Тема 6.5. Инструменты для планирования и автоматизации (Trello, Google Календарь).	8	4	4	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города, региона
Модуль 7. Итоговый практикум		8	4	4	
31.	Тема 7.1. Запуск и ведение реальных проектов студенческого медиа.	8	4	4	Выполнение практических заданий. Создание конкурсных материалов и участие в тематических конкурсах города,

					региона
	Итого	216	108	108	

УТВЕРЖДЕН

Приказ № 139-уч от 01 сентября 2026 г.

Директор СПб ГБПОУ

«СТК им. С.И.Мосина»

Бухаров Д.В

«1» сентября 2026 г.

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

реализации дополнительной общеразвивающей программы

«Медиа ШУМ»

на 2026/2027 уч. год

Год обучения, группа	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество учебных недель	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий
1 год, группа № 1	08.09.2026	27.05.2027	36	108	216	3 раза в неделю: вторник, среда, четверг по 2 ак. ч. (1 ак. ч. = 45 мин)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Задачами программы являются:

Обучающие:

- сформировать систему знаний о медиапространстве: видах, функциях и принципах работы современных медиа, включая правовые и этические аспекты деятельности;
- обучить основам журналистики и контент-менеджмента: создание текстов (новости, статьи, интервью), редактирование, работа с источниками информации;
- обучить технологии производства визуального контента: фото- и видеосъемка, монтаж, графический дизайн, основы звукорежиссуры;
- научить с digital-инструментами (Canva, Adobe Photoshop, видеоредакторы) для решения практических задач.

Развивающие:

- развить навыки продвижения медиапродуктов: ведение социальных сетей, аналитика аудитории, использование инструментов SMM. Создать условия для реальной медиа практики через организацию работы студенческой редакции и выпуск актуального контента для колледжа;
- развить навыки проектной деятельности: от разработки идеи и планирования до реализации и оценки результата;
- развить понятия и профессиональных навыки в ролях журналиста, редактора, фотографа, дизайнера, SMM-менеджера.
- развить гибкие навыки (soft skills) (командная работа и распределение ролей в редакции), креативное и критическое мышление;
- способствовать формированию медиаграмотности: умение анализировать информацию, отличать достоверные данные от фейков, осознанно создавать контент;

Воспитательные:

- воспитывать активную гражданскую позицию через освещение событий колледжа, поддержку студенческих инициатив и участие в социально значимых проектах.
- сформировать корпоративную культуру и укреплять сообщество колледжа через медиаактивность;
- популяризировать ценности образования, творчества и профессионального самоопределения;
- развить эстетический вкус и чувство стиля через работу с визуальным контентом и дизайном.
- познакомить с профессиями медиасферы и помочь в построении индивидуальной образовательной траектории;
- создать портфолио реализованных проектов для дальнейшего поступления или трудоустройства;
- организовать взаимодействие с профессионалами индустрии через мастер-классы, экскурсии и совместные проекты.

Планируемые результаты освоения программы

Предметные:

- основы медиаграмотности и журналистской этики;
- принципы работы редакции и контент-стратегии;
- технологии создания текстового, визуального и мультимедийного контента;
- основы продвижения в социальных сетях.

Студент будет уметь:

- создавать и редактировать тексты разных жанров;
- делать качественные фотографии и обрабатывать их;
- снимать и монтировать короткие видеоролики;

- разрабатывать дизайн-макеты для соцсетей;
- работать в команде и участвовать в планировании работы медиа.

Метапредметные:

Универсальные способы деятельности:

- ставить цель и достигать ее: от формулировки идеи до реализации готового медиапродукта в срок;
- планировать и управлять проектами: создавать контент-план, распределять задачи в команде, использовать инструменты тайм-менеджмента (Trello, календари);
- работать с информацией:
- искать и отбирать: быстро находить reliable источники, проверять достоверность данных;
- анализировать и структурировать: выделять главное, преобразовывать сложную информацию в понятные форматы (инфографика, краткий текст);
- Синтезировать и создавать новое: генерировать собственные идеи и контент на основе обработанной информации;
- оценивать результат и себя: анализировать статистику публикаций, давать и принимать конструктивную критику, корректировать свою работу.

Развитие мышления.

- Критическое мышление:
- задавать правильные вопросы («А так ли это?», «Кому это выгодно?», «Что является фактом, а что мнением?»);
- отличать достоверную информацию от манипулятивной и фейковой;
- видеть проблему с разных сторон.
- Креативное мышление:
- придумывать нестандартные ходы и форматы для освещения тем;
- воплощать абстрактные идеи в конкретные медиапродукты (статьи, видео, макеты).
- Системное мышление: видеть медиапроект как единый организм, где текст, дизайн, продвижение и аудитория взаимосвязаны.

Коммуникация и работа в команде.

- Эффективно работать в команде:
- понимать и распределять роли в проекте (редактор, дизайнер, SMM-щик);
- договариваться, находить компромиссы, аргументировать свою точку зрения;
- коллегиально принимать редакционные решения.
- Убедительно излагать мысли:
- в письменной форме (статьи, посты, сценарии);
- в устной форме (обсуждения на планёрках, интервью, защита проектов);
- на языке визуальных образов (фото, видео, дизайн).

Работа в цифровой среде:

- создавать цифровой контент и распространять его с помощью современных технологий;
- соблюдать цифровую гигиену и безопасность: понимать основы авторского права, ответственность за публикации, защищать личные данные.

Личностные:

- сформирован навык реальной проектной деятельности в составе редакции;
- сформирован навык публичных выступлений и защиты своих идей;
- сформирован навык работы с профессиональным программным обеспечением и оборудованием;
- сформирован навык работы в команде.

Содержание программы

Модуль 1: Основы медиаграмотности и роль студенческих медиа.

Тема 1.1. Введение в медиа. Роль и виды студенческих СМИ.

Теория:

- 1. Понятие «медиа» в современном мире:**
 - Определение медиа как канала коммуникации.
 - Эволюция медиа: от традиционных к цифровым.
 - Основные функции медиа (информационная, образовательная, развлекательная, социальная).
- 2. Особенности студенческих СМИ:**
 - Миссия и целевая аудитория студенческих медиа.
 - Отличия от коммерческих и государственных СМИ.
 - Роль в жизни образовательного учреждения.
- 3. Классификация студенческих медиа:**
 - По формату (текстовые, визуальные, аудиальные, комбинированные).
 - По каналу распространения (офлайн, онлайн).
 - По периодичности (регулярные, проектные).

Практика:

- 1. Аналитический воркшоп «Карта медиапространства»:**
 - Работа в группах по 3-4 человека.
 - Задание: исследовать и классифицировать существующие студенческие медиа в России.
 - Создание интерактивной карты с примерами различных типов студенческих СМИ.
- 2. Кейс-стади «Лучшие практики»:**
 - Разбор успешных кейсов студенческих медиа.
 - Групповая работа: анализ сильных и слабых сторон выбранных медиапроектов.
 - Разработка критериев успешности студенческого СМИ.

Форма контроля:

- 1. Презентация групповых проектов:**
 - Каждая группа представляет созданную «Карту медиапространства».
 - Обоснование выбранной классификации и примеров.
 - Ответы на вопросы от других участников и преподавателя.
- 2. Рефлексивный опрос:**
 - Письменное задание: «Каким я вижу идеальное студенческое СМИ для нашего колледжа?»
 - Аргументация выбора формата и направленности
- 3. Критерии оценки:**
 - Понимание классификации медиа – 40%
 - Качество анализа и презентации – 40%
 - Участие в групповой работе и дискуссии – 20%

Учебные материалы:

- Презентация «Современные медиа: виды и особенности»
- Примеры успешных студенческих медиа (ВК, МАКС-паблики, каналы, блоги)
- Шаблон для создания «Карты медиапространства»
- Чек-лист для анализа кейсов

Тема 1.2. Медиаграмотность: как потреблять и критически оценивать информацию.

Теория:

1. **Основы медиаграмотности:**
 - Понятие медиаграмотности и её importance в digital-эпоху
 - Компоненты медиаграмотности: доступ, анализ, оценка, создание контента
 - Медиавосприятие и психологические механизмы влияния медиа
2. **Критическое мышление в медиaprостранстве:**
 - Алгоритм критического анализа информации
 - Когнитивные искажения и их влияние на восприятие контента
 - Принципы факт-чекинга и верификации источников
3. **Типы медиаманипуляций:**
 - Фейковые новости: классификация и распознавание
 - Манипулятивные техники в текстах и визуальном контенте
 - Информационные войны и пропаганда
4. **Цифровой след и репутация:**
 - Понятие цифрового следа и его последствия
 - Управление личной и профессиональной репутацией онлайн
 - Этика потребления и распространения информации

Практика:

1. **Воркшоп «Детектив медиа»:**
 - Анализ реальных новостных материалов разных типов
 - Работа с чек-листом верификации информации
 - Практикум по определению признаков фейковых новостей
2. **Кейс-лаборатория «Разбор манипуляций»:**
 - Групповой анализ примеров манипулятивного контента
 - Создание «антиманипуляционных» памяток
 - Ролевая игра «Опровержение фейка»
3. **Тренинг «Цифровая гигиена»:**
 - Практикум по аудиту цифрового следа
 - Настройка приватности в социальных сетях
 - Разработка личных правил медиапотребления

Форма контроля:

1. **Тестирование «Медиадетектив»:**
 - 15 заданий на определение манипуляций и фейков
 - Анализ предложенных медиатекстов
 - Выявление приемов воздействия на аудиторию
2. **Защита групповых проектов:**
 - Презентация разработанных «антиманипуляционных» памяток
 - Обоснование выбранных критериев анализа
 - Ответы на вопросы аудитории
3. **Рефлексивный дневник:**
 - Заполнение карты самооценки медиаграмотности
 - Определение зон роста и развития

Критерии оценки:

- Знание методов верификации – 30%
- Умение применять инструменты критического анализа – 40%
- Качество работы в группе и презентации – 20%
- Рефлексия и самооценка – 10%

Учебные материалы:

- Чек-лист верификации информации
- База примеров манипулятивного контента

- Шаблоны для создания памяток
- Тестовые задания разных уровней сложности

Тема 1.3. Журналистская этика и правовые основы деятельности в медиа.

Теория:

- 1. Основы медиаграмотности:**
 - Понятие медиаграмотности и её importance в digital-эпоху
 - Компоненты медиаграмотности: доступ, анализ, оценка, создание контента
 - Медиавосприятие и психологические механизмы влияния медиа
- 2. Критическое мышление в медиапространстве:**
 - Алгоритм критического анализа информации
 - Когнитивные искажения и их влияние на восприятие контента
 - Принципы факт-чекинга и верификации источников
- 3. Типы медиаманипуляций:**
 - Фейковые новости: классификация и распознавание
 - Манипулятивные техники в текстах и визуальном контенте
 - Информационные войны и пропаганда
- 4. Цифровой след и репутация:**
 - Понятие цифрового следа и его последствия
 - Управление личной и профессиональной репутацией онлайн
 - Этика потребления и распространения информации

Практика:

- 1. Воркшоп «Детектив медиа»:**
 - Анализ реальных новостных материалов разных типов
 - Работа с чек-листом верификации информации
 - Практикум по определению признаков фейковых новостей
- 2. Кейс-лаборатория «Разбор манипуляций»:**
 - Групповой анализ примеров манипулятивного контента
 - Создание «антиманипуляционных» памяток
 - Ролевая игра «Опровержение фейка»
- 3. Тренинг «Цифровая гигиена»:**
 - Практикум по аудиту цифрового следа
 - Настройка приватности в социальных сетях
 - Разработка личных правил медиапотребления

Форма контроля:

- 1. Тестирование «Медиадетектив»:**
 - 15 заданий на определение манипуляций и фейков
 - Анализ предложенных медиатекстов
 - Выявление приемов воздействия на аудиторию
- 2. Защита групповых проектов:**
 - Презентация разработанных «антиманипуляционных» памяток
 - Обоснование выбранных критериев анализа
 - Ответы на вопросы аудитории
- 3. Рефлексивный дневник:**
 - Заполнение карты самооценки медиаграмотности
 - Определение зон роста и развития

Критерии оценки:

- Знание методов верификации – 30%
- Умение применять инструменты критического анализа – 40%
- Качество работы в группе и презентации – 20%
- Рефлексия и самооценка – 10%

Учебные материалы:

- Чек-лист верификации информации
- База примеров манипулятивного контента
- Шаблоны для создания памяток
- Тестовые задания разных уровней сложности

Тема 1.4. Целевая аудитория и базовые принципы редакционной работы.

Теория:

- 1. Понятие и типы целевой аудитории:**
 - Определение ЦА и сегментация аудитории студенческих медиа
 - Методы исследования ЦА: опросы, аналитика, наблюдение
 - Особенности аудиторных групп (студенты, преподаватели, администрация, абитуриенты)
- 2. Профиль целевого читателя/зрителя:**
 - Создание аватара ЦА: демография, интересы, потребности
 - Анализ информационных запросов разных аудиторных групп
 - Понятие медиапотребления и поведенческих паттернов
- 3. Базовые принципы редакционной работы:**
 - Функциональные роли в редакции (главный редактор, выпускающий редактор, корреспондент и др.)
 - Редакционный план и цикл производства контента
 - Система планирования и контроля задач (редакционные планёрки, дедлайны)
- 4. Процессы редакционной работы:**
 - Принципы редакционного менеджмента
 - Система принятия редакционных решений
 - Внутренние коммуникации и документооборот в редакции

Практика:

- 1. Практикум по определению ЦА :**
 - Разработка анкет для исследования аудитории колледжа
 - Создание аватаров основных целевых групп
 - Анализ существующих медиапроектов и их ЦА
- 2. Проектирование редакционной структуры:**
 - Распределение ролей в студенческой редакции
 - Разработка редакционного устава и регламентов
 - Создание системы коммуникации (чаты, почта, документооборот)
- 3. Редакционная планёрка:**
 - Проведение учебной планёрки с распределением ролей
 - Планирование контента на учебную неделю
 - Отработка системы постановки и принятия задач

Форма контроля:

- 1. Защита проектов «Аватар ЦА»:**
 - Презентация разработанных профилей целевой аудитории
 - Обоснование выбранных характеристик и методов исследования
 - Ответы на вопросы комиссии
- 2. Тест по редакционной работе:**
 - 10 вопросов на знание принципов редакционной работы
 - Ситуационные задания на распределение ролей и задач
- 3. Рефлексия работы на планёрке:**
 - Самооценка участия в учебной редакционной работе

- Анализ эффективности группового взаимодействия

Критерии оценки:

- Глубина исследования и сегментации ЦА – 40%
- Понимание принципов редакционной работы – 30%
- Эффективность участия в командной работе – 20%
- Качество саморефлексии – 10%

Учебные материалы:

- Шаблоны анкет для исследования ЦА
- Чек-лист проведения редакционной планёрки
- Матрица распределения ролей в редакции

:

Тема 1.5. Бренд колледжа и его позиционирование в медиа.

Теория:

- 1. Основы брендинга образовательной организации:**
 - Понятие бренда и репутации учебного заведения
 - Компоненты бренда: миссия, ценности, визуальная идентичность
 - Уникальное торговое предложение (УТП) колледжа
 - Целевые аудитории бренда колледжа
- 2. Роль студенческих медиа в формировании бренда:**
 - Студенческие СМИ как инструмент продвижения колледжа
 - Влияние медиа на внутренний и внешний имидж учреждения
 - Синхронизация позиционирования в официальных и студенческих медиа
- 3. Стратегия позиционирования в медиапространстве:**
 - Принципы формирования медиаобраза колледжа
 - Выбор ключевых сообщений и тем для продвижения
 - Инструменты усиления позитивного имиджа через медиа
- 4. Анализ успешных кейсов:**
 - Примеры эффективного позиционирования образовательных брендов
 - Разбор стратегий ведущих колледжей и вузов
 - Ошибки в позиционировании и их последствия

Практика:

- 1. Аудит текущего бренда колледжа:**
 - Анализ существующих медиаматериалов о колледже
 - SWOT-анализ бренда образовательного учреждения
 - Выявление сильных сторон и зон развития
- 2. Разработка концепции позиционирования:**
 - Формулировка ключевых сообщений бренда
 - Создание визуального позиционирования
 - Разработка контент-стратегии для усиления бренда
- 3. Практикум по созданию брендированного контента:**
 - Создание серии публикаций, усиливающих бренд колледжа
 - Разработка шаблонов для визуального контента
 - Написание текстов в соответствии с позиционированием

Форма контроля:

- 1. Презентация проектов по позиционированию:**
 - Защита разработанных концепций бренда
 - Обоснование выбранной стратегии позиционирования
 - Демонстрация примеров контента
- 2. Кейс-тестирование:**

- Анализ предложенных ситуаций по управлению брендом
 - Решение задач по усилению позиционирования
 - Разработка рекомендаций по улучшению медиаобраза
- 3. Самооценка участия в проекте:**
- Заполнение карты личного вклада в разработку концепции
 - Рефлексия полученных знаний и навыков

Критерии оценки:

- Глубина анализа бренда колледжа – 30%
- Оригинальность и реализуемость концепции позиционирования – 40%
- Качество представления проекта – 20%
- Активность работы в команде – 10%

Учебные материалы:

- Шаблон для проведения SWOT-анализа бренда
- Примеры брендбуков образовательных учреждений
- Кейсы успешного позиционирования в образовательной сфере
- Чек-лист разработки контент-стратегии

Модуль 2: Разработка контент-стратегии и редакционная работа.

Тема 2.1. Контент-стратегия: от идеи до плана публикаций.

Теория:

- 1. Основы контент-стратегии:**
 - Понятие и цели контент-стратегии
 - Взаимосвязь контент-стратегии с целями медиа
 - Ключевые элементы контент-стратегии
 - Жизненный цикл контента
- 2. Анализ аудитории и конкурентов:**
 - Методы исследования целевой аудитории
 - Анализ контента конкурентов
 - Выявление уникальных тем и ниш
 - Формирование ценностного предложения
- 3. Планирование контента:**
 - Принципы составления контент-плана
 - Виды контент-планов (ежедневный, недельный, месячный)
 - Система рубрик и тематических блоков
 - Баланс развлекательного и образовательного контента
- 4. Производство и дистрибуция контента:**
 - Ресурсное планирование
 - Система распределения задач в редакции
 - Выбор каналов распространения контента
 - Методы повышения видимости контента

Практика:

- 1. Разработка контент-стратегии студенческого медиа:**
 - Анализ текущей ситуации и постановка целей
 - Разработка уникального ценностного предложения
 - Формирование контента (основных тематических направлений)
- 2. Создание контент-плана:**
 - Составление тематического календаря
 - Разработка системы рубрик
 - Планирование контента на месяц для разных платформ
- 3. Работа с инструментами планирования:**

- Освоение сервисов для планирования контента (Trello, Google Таблицы)
 - Создание шаблонов контент-планов
 - Организация системы согласования публикаций
- 4. Практикум по дистрибуции контента:**
- Разработка плана продвижения публикаций
 - Создание стратегии
 - Оптимизация времени публикаций

Форма контроля:

- 1. Защита контент-стратегии:**
 - Презентация разработанной стратегии
 - Обоснование выбранных тематических направлений
 - Демонстрация контент-плана на месяц
- 2. Практическое задание:**
 - Решение кейса по оптимизации контент-стратегии
 - Анализ предложенного контент-плана
 - Разработка рекомендаций по улучшению
- 3. Рефлексия:**
 - Оценка работы в команде
 - Самоанализ приобретенных навыков
 - Определение зон дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Полнота и обоснованность контент-стратегии – 40%
- Качество проработки контент-плана – 30%
- Умение работать с инструментами планирования – 20%
- Активность участия в практических заданиях – 10%

Учебные материалы:

- Шаблоны контент-стратегии
- Примеры успешных контент-планов студенческих медиа
- Гайд по использованию инструментов планирования
- Чек-лист оценки контент-стратегии

Тема 2.2. Новостная и событийная журналистика в колледже.

Теория:

- 1. Основы новостной журналистики:**
 - Понятие новости и её критерии (актуальность, значимость, своевременность)
 - Структура новостного материала: принцип «перевернутой пирамиды»
 - Формат 5W+H (What, Who, When, Where, Why, How)
 - Виды новостей: срочные, плановые, информационные поводы
- 2. Событийная журналистика:**
 - Особенности освещения мероприятий в колледже
 - Подготовка к мероприятию: план освещения, бриф для журналиста
 - Работа на мероприятии: сбор информации, интервью, фото/видеосъемка
 - Виды событийных материалов: репортаж, отчет, обзор
- 3. Специфика колледж-журналистики:**
 - Темы и герои студенческих новостей
 - Взаимодействие с администрацией и студенческими объединениями
 - Поиск новостных поводов в учебном процессе
 - Баланс официальной информации и студенческого взгляда

4. Профессиональные стандарты:

- Проверка фактов и достоверности информации
- Этика цитирования и работы с источниками
- Авторское право при использовании материалов
- Нейтральность и объективность в подаче новостей

Практика:

1. Мастер-класс по созданию новостей:

- Разбор реальных новостных поводов колледжа
- Написание новостных заметок по шаблону 5W+N
- Редактура и улучшение готовых материалов

2. Практикум по событийной журналистике:

- Подготовка к освещению учебного мероприятия
- Проведение мини-пресс-конференции с организаторами
- Создание репортажа с места события

3. Работа в полевых условиях:

- Освещение реального мероприятия в колледже
- Сбор информации и интервью с участниками
- Фото- и видеосъемка для новостных материалов

Форма контроля:

1. Защита новостных проектов:

- Презентация созданных новостных материалов
- Анализ выбранных новостных поводов
- Обоснование применяемых журналистских приемов

2. Тестирование по теории:

- Вопросы по основам новостной журналистики
- Ситуационные задания на определение новостной ценности
- Анализ готовых новостных материалов

3. Рефлексия практической работы:

- Самооценка работы на мероприятии
- Анализ приобретенных навыков
- Планирование дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Соответствие новостного материала критериям жанра – 30%
- Грамотное применение принципа 5W+N – 25%
- Качество работы с источниками информации – 20%
- Оперативность и эффективность работы на мероприятии – 15%
- Участие в групповой работе и дискуссиях – 10%

Учебные материалы:

- Чек-лист новостного журналиста
- Шаблоны новостных заметок разных форматов
- Гайд по проведению интервью на мероприятиях
- Примеры успешных студенческих новостных материалов

Тема 2.3. Как придумать тему: мозговой штурм и создание темника.

Теория:

1. Методы генерации идей:

- Принципы мозгового штурма (классический, обратный, метод 635)
- Визуализация идей
- Метод ассоциаций и случайного стимула

2. Анализ информационных потребностей аудитории:

- Изучение интересов целевой аудитории через аналитику и опросы
- Выявление актуальных тем студенческой жизни

- Мониторинг трендов в молодежной среде и образовании
- 3. **Создание и ведение темника:**
 - Структура и форматы темников (табличные, карточные, календарные)
 - Принципы категоризации тем (по формату, аудитории, цели)
 - Система оценки и приоритизации тем
 - Правила пополнения и актуализации темника
- 4. **Планирование контента:**
 - Сезонность и привязка к учебному процессу
 - Создание «вечнозеленого» контента
 - Баланс между плановыми и актуальными темами

Практика:

1. **Проведение мозгового штурма:**
 - Генерация идей для студенческого медиа на месяц
 - Применение различных методов генерации
 - Фиксация и первичный отбор идей
2. **Создание ментальных карт:**
 - Визуализация тематических направлений
 - Разработка ответвлений и подтем
 - Структурирование полученных идей
3. **Формирование тематического плана:**
 - Составление темника на квартал
 - Распределение тем по рубрикам и форматам
 - Определение приоритетов и сроков реализации

Форма контроля:

1. **Защита тематического плана:**
 - Презентация разработанного темника
 - Обоснование выбора тем и их актуальности
 - Демонстрация системы приоритизации
2. **Практическое задание:**
 - Экспресс-мозговой штурм на заданную тему
 - Создание ментальной карты за ограниченное время
 - Предложение нестандартных тем для освещения
3. **Рефлексия:**
 - Оценка эффективности работы в группе
 - Анализ освоенных методов генерации идей
 - Планирование применения навыков в редакционной работе

Критерии оценки:

- Количество и разнообразие сгенерированных идей – 25%
- Качество структурирования темника – 30%
- Обоснование актуальности выбранных тем – 25%
- Умение работать в команде – 20%

Учебные материалы:

- Чек-лист организации мозгового штурма
- Шаблоны ментальных карт
- Примеры тематических планов студенческих медиа
- Гайд по ведению цифрового темника

Тема 2.4. Редакционный менеджмент: распределение ролей, планирование, контроль.

Теория:

1. **Методы генерации идей:**
 - Принципы мозгового штурма (классический, обратный, метод 635)

- Техника «ментальных карт» (Mind Mapping) для визуализации идей
- Метод ассоциаций и случайного стимула
- SCAMPER-метод как инструмент преобразования идей
- 2. **Анализ информационных потребностей аудитории:**
 - Изучение интересов целевой аудитории через аналитику и опросы
 - Мониторинг трендов в молодежной среде и образовании
- 3. **Создание и ведение темника:**
 - Структура и форматы темников (табличные, карточные, календарные)
 - Принципы категоризации тем (по формату, аудитории, цели)
 - Правила пополнения и актуализации
- 4. **Планирование контента:**
 - Сезонность и привязка к учебному процессу
 - Создание «вечнозеленого» контента
 - Баланс между плановыми и актуальными темами

Практика:

1. **Проведение мозгового штурма:**
 - Генерация идей для студенческого медиа на месяц
 - Применение различных методов генерации
 - Фиксация и первичный отбор идей
2. **Создание ментальных карт:**
 - Визуализация тематических направлений
 - Разработка ответвлений и подтем
 - Структурирование полученных идей
3. **Формирование тематического плана:**
 - Составление темника на квартал
 - Распределение тем по рубрикам и форматам
 - Определение приоритетов и сроков реализации

Форма контроля:

1. **Защита тематического плана:**
 - Презентация разработанного темника
 - Обоснование выбора тем и их актуальности
 - Демонстрация системы
2. **Практическое задание:**
 - Экспресс-мозговой штурм на заданную тему
 - Создание ментальной карты за ограниченное время
 - Предложение нестандартных тем для освещения
3. **Рефлексия:**
 - Оценка эффективности работы в группе
 - Анализ освоенных методов генерации идей
 - Планирование применения навыков в редакционной работе

Критерии оценки:

- Количество и разнообразие сгенерированных идей – 25%
- Качество структурирования темника – 30%
- Обоснование актуальности выбранных тем – 25%
- Умение работать в команде – 20%

Учебные материалы:

- Чек-лист организации мозгового штурма
- Шаблоны ментальных карт
- Примеры тематических планов студенческих медиа
- Гайд по ведению цифрового темника
- Чек-листы контроля качества контента

- Гайды по использованию инструментов управления проектами
- Кейсы редакционных кризисных ситуаций

Тема 2.5. Внутренние и внешние коммуникации редакции.

Теория:

- 1. Организационная структура редакции:**
 - Модели редакционного управления (линейная, матричная, проектная)
 - Ключевые роли в студенческой редакции и их функции
 - Зоны ответственности каждого участника
 - Принципы эффективного распределения задач
- 2. Система планирования в медиа:**
 - Виды редакционных планов (стратегический, тактический, оперативный)
 - Редакционный календарь и его составление
 - Методы планирования контент-производства
 - Инструменты совместного планирования (Google Календарь)
- 3. Контроль качества и сроков:**
 - Система дедлайнов и этапов контроля
 - Процедуры согласования и правки материалов
 - Методы обеспечения единых стандартов качества
 - Инструменты аналитики и обратной связи
- 4. Коммуникация в редакции:**
 - Проведение эффективных редакционных планёрок
 - Система отчётности и мониторинга прогресса
 - Решение конфликтных ситуаций в команде
 - Мотивация и поддержание командного духа

Практика:

- 1. Разработка организационной структуры:**
 - Создание схемы управления редакцией
 - Распределение ролей в команде с учётом компетенций
 - Разработка должностных обязанностей
- 2. Планирование редакционной деятельности:**
 - Составление редакционного календаря на месяц
 - Распределение задач с учётом дедлайнов
 - Настройка системы управления проектами
- 3. Моделирование редакционных процессов:**
 - Проведение учебной планёрки
 - Отработка процедуры согласования материалов
 - Решение кейсов по управлению редакционными кризисами
- 4. Создание системы контроля качества:**
 - Разработка чек-листов проверки материалов
 - Настройка системы обратной связи
 - Создание шаблонов отчётности

Форма контроля:

- 1. Защита проекта редакционной системы:**
 - Презентация организационной структуры редакции
 - Демонстрация системы планирования и контроля
 - Обоснование выбранных решений
- 2. Ситуационное тестирование:**
 - Решение кейсов по редакционному управлению
 - Анализ предложенных организационных проблем
 - Разработка плана действий для смоделированных ситуаций
- 3. Самооценка и рефлексия:**

- Оценка личного вклада в разработку проекта
- Анализ приобретённых управленческих навыков
- Определение зон роста как редакционного менеджера

Критерии оценки:

- Продуманность организационной структуры – 30%
- Эффективность системы планирования – 25%
- Проработанность механизмов контроля – 25%
- Качество работы в команде и коммуникации – 20%

Учебные материалы:

- Шаблоны организационных структур редакций
- Образцы редакционных календарей
- Чек-листы контроля качества контента
- Гайды по использованию инструментов управления проектами
- Кейсы редакционных кризисных ситуаций

Модуль 3: Текстовый контент: от новости то лонгрида.

Тема 3.1. Основы копирайтинга. Структура и виды текстов.

Теория:

- 1. Основы копирайтинга:**
 - Понятие копирайтинга и его отличие от рерайтинга
 - Цели и задачи текста в медиа
 - Принципы создания эффективных текстов
 - Особенности работы с целевой аудиторией
- 2. Структура текста:**
 - Классическая структура: заголовок, лид, основная часть, заключение
 - Принцип «перевернутой пирамиды»
 - Логические связи между частями текста
 - Методы удержания внимания читателя
- 3. Виды текстов в медиа:**
 - Информационные тексты (новости, заметки)
 - Коммерческие тексты (анонсы, реклама)
 - Образовательные тексты (статьи, гайды)
 - Развлекательные тексты (сторителлинг, посты)
- 4. Стилистика и язык:**
 - Особенности публицистического стиля
 - Приемы выразительности и эмоционального воздействия
 - Работа с тоном и голосом бренда
 - Основы редактуры и корректуры

Практика:

- 1. Анализ текстов:**
 - Разбор примеров успешных и неудачных текстов
 - Выявление структурных элементов
 - Оценка эффективности заголовков и лидов
- 2. Создание текстов разных видов:**
 - Написание новостной заметки
 - Создание информационного поста для соцсетей
 - Разработка образовательной статьи
- 3. Работа со структурой:**
 - Составление планов текстов
 - Отработка навыков написания заголовков и лидов
 - Практика логического построения текста
- 4. Редакторская работа:**

- Взаимная проверка текстов
- Работа над ошибками
- Совершенствование написанных материалов

Форма контроля:

1. Защита текстовых проектов:

- Презентация созданных текстов разных видов
- Обоснование выбранной структуры и стиля
- Ответы на вопросы о творческих решениях

2. Тестирование:

- Теоретические вопросы по основам копирайтинга
- Задания на определение видов текстов
- Анализ предложенных текстовых фрагментов

3. Саморефлексия:

- Оценка собственных текстов
- Анализ приобретенных навыков
- Постановка целей для дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Соответствие текста заданному виду и цели – 30%
- Грамотность и стилистическое единство – 25%
- Эффективность структуры и логики изложения – 25%
- Оригинальность и творческий подход – 20%

Учебные материалы:

- Памятка «Структура текста»
- Образцы текстов разных видов
- Чек-лист редактора
- Глоссарий копирайтера
- Шаблоны для создания текстов

Тема 3.2. Новостной пост и статья: правила написания.

Теория:

1. Новостной пост: специфика жанра:

- Отличительные особенности новостного поста
- Критерии новости: актуальность, значимость, своевременность
- Структура новостного поста: заголовок, лид, тело текста
- Принцип «перевернутой пирамиды»

2. Создание эффективного заголовка:

- Функции заголовка в новостном посте
- Типы заголовков: информационные, интригующие, вопросные
- Приемы привлечения внимания в заголовке
- Работа с ключевыми словами

3. Статья как жанр:

- Отличие статьи от новостного поста
- Виды статей: аналитические, проблемные, обзорные
- Структура статьи: введение, основная часть, заключение
- Методы раскрытия темы в статье

4. Стилистические особенности:

- Языковые средства в новостном посте и статье
- Объективность и нейтральность подачи информации
- Работа с фактами и мнениями
- Цитирование и ссылки на источники

Практика:

1. Анализ примеров:

- Сравнение успешных и неудачных новостных постов
- Разбор структуры статей в профессиональных медиа
- Выявление особенностей подачи информации
- 2. **Создание новостного поста:**
 - Написание заголовков разных типов
 - Отработка навыков создания лида
 - Написание полного новостного поста на актуальную тему
- 3. **Работа над статьей:**
 - Разработка плана статьи
 - Написание введения, основной части, заключения
 - Подбор аргументов и примеров
- 4. **Редакторский практикум:**
 - Взаимное рецензирование текстов
 - Работа над ошибками
 - Улучшение написанных материалов

Форма контроля:

1. **Презентация работ:**
 - Защита созданных новостного поста и статьи
 - Обоснование выбранной структуры и стиля
 - Ответы на вопросы о творческих решениях
2. **Тестирование:**
 - Вопросы на знание особенностей жанров
 - Задания на определение структуры текстов
 - Анализ предложенных примеров
3. **Рефлексия:**
 - Самооценка созданных текстов
 - Анализ приобретенных навыков
 - Постановка целей для совершенствования

Критерии оценки:

- Соответствие жанровым требованиям – 30%
- Грамотность и стилистическое единство – 25%
- Логичность и структурированность изложения – 25%
- Оригинальность и глубина раскрытия темы – 20%

Учебные материалы:

- Памятка «Структура новостного поста»
- Образцы успешных статей
- Чек-лист редактора новостей
- Шаблоны для создания текстов
- Глоссарий журналиста

Тема 3.3. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка.

Теория:

1. **Подготовка к интервью:**
 - Определение цели и формата интервью
 - Изучение личности интервьюируемого и темы
 - Составление вопросника: типы вопросов, логическая последовательность
 - Техническая подготовка: оборудование, место, хронометраж
2. **Проведение интервью:**
 - Установление контакта с интервьюируемым
 - Техники ведения диалога: активное слушание, уточнение, перефразирование

- Управление ходом беседы и решение нестандартных ситуаций
- Этика поведения журналиста во время интервью
- 3. **Расшифровка и обработка:**
 - Методы транскрибации аудиозаписей
 - Выбор значимых фрагментов для публикации
 - Сохранение стилистических особенностей речи
 - Проверка фактов и уточнение информации
- 4. **Виды интервью и их особенности:**
 - Информационное, портретное, проблемное интервью
 - Специфика интервью для разных платформ (текст, видео, подкаст)
 - Правовые аспекты: согласие на интервью и использование материалов

Практика:

1. **Разработка вопросника:**
 - Составление вопросников для разных видов интервью
 - Отработка техники формулировки открытых и закрытых вопросов
 - Создание запасных и уточняющих вопросов
2. **Ролевые игры «Интервью»:**
 - Практика проведения интервью в парах
 - Отработка техник активного слушания
 - Решение сложных ситуаций во время беседы
3. **Транскрибация и обработка:**
 - Расшифровка аудиозаписей интервью
 - Выделение ключевых цитат и смысловых блоков
 - Создание готового текста на основе интервью
4. **Создание финального материала:**
 - Написание текста интервью для публикации
 - Редакторская правка и шлифовка текста
 - Подготовка сопроводительных материалов

Форма контроля:

1. **Защита проекта «Интервью»:**
 - Презентация готового интервью
 - Обоснование выбранной тактики и вопросника
 - Анализ процесса работы над материалом
2. **Ситуационное тестирование:**
 - Решение кейсов по проведению интервью
 - Анализ предложенных вопросников
 - Оценка готовых текстов интервью
3. **Саморефлексия:**
 - Оценка собственных сильных и слабых сторон
 - Анализ приобретенных навыков
 - Планирование дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Качество подготовки и вопросника – 25%
- Умение вести диалог и управлять беседой – 30%
- Грамотность обработки и оформления материала – 25%
- Творческий подход и глубина раскрытия темы – 20%

Учебные материалы:

- Чек-лист подготовки к интервью
- Образцы успешных вопросников
- Гайд по транскрибации
- Шаблоны оформления интервью
- Кейсы сложных интервью

Тема 3.4. Как писать интересно: работа с языком и стилем.

Теория:

- 1. Основы выразительности речи:**
 - Лексическое богатство языка: синонимы, антонимы, омонимы
 - Стилистическое использование частей речи
 - Изобразительно-выразительные средства (эпитеты, метафоры, сравнения)
 - Работа с перифразами и фразеологизмами
- 2. Стилистические приемы:**
 - Инверсия и другие фигуры речи
 - Аллитерация и ассонанс как инструменты ритма
 - Градация и антитеза для усиления воздействия
 - Ирония, сарказм, юмор в тексте
- 3. Структурные методы:**
 - Принципы создания ритма в тексте
 - Работа с длиной предложений и абзацев
 - Использование диалогов и прямой речи
 - Создание композиционной целостности
- 4. Психология восприятия текста:**
 - Как удержать внимание читателя
 - Эмоциональное воздействие текста
 - Принципы сторителлинга
 - Создание эффекта присутствия

Практика:

- 1. Анализ художественных текстов:**
 - Разбор приемов в произведениях мастеров слова
 - Выявление стилистических особенностей
 - Анализ эффективности использованных средств
- 2. Стилистические упражнения:**
 - Перефразирование текстов разного стиля
 - Создание текстов с заданными характеристиками
 - Работа с тропами и фигурами речи
- 3. Создание экспрессивных текстов:**
 - Написание эссе на свободную тему
 - Создание публицистического текста с элементами художественности
 - Разработка рекламных и презентационных материалов
- 4. Редакторский практикум:**
 - Взаимное рецензирование текстов
 - Работа над усилением выразительности
 - Совершенствование стилистики

Форма контроля:

- 1. Презентация творческих работ:**
 - Защита созданных текстов
 - Обоснование использованных стилистических приемов
 - Анализ достигнутого эффекта
- 2. Стилистический анализ:**
 - Определение приемов в предложенных текстах
 - Редакторская правка с целью усиления выразительности
 - Создание вариантов улучшения текстов
- 3. Рефлексия:**
 - Самооценка стилистических навыков
 - Анализ творческого роста
 - Постановка целей для дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Богатство лексики и разнообразие синтаксических конструкций – 30%
- Уместность и эффективность использования стилистических приемов – 25%
- Эмоциональное воздействие и оригинальность текста – 25%
- Техническая грамотность и соблюдение норм языка – 20%

Учебные материалы:

- Хрестоматия образцовых текстов
- Словарь синонимов и антонимов
- Памятка «Стилистические приемы»
- Рабочая тетрадь с упражнениями
- Чек-лист редактора

Тема 3.5. Редактура, корректура и SEO-базовые принципы.

Теория:

- 1. Основы редакторской работы:**
 - Отличие редакции от корректуры
 - Уровни редактирования: смысловой, композиционный, стилистический
 - Принципы работы с авторским текстом
 - Профессиональная этика редактора
- 2. Техника корректуры:**
 - Виды ошибок: орфографические, пунктуационные, грамматические
 - Правила оформления текста
 - Работа с цифрами, датами, именами собственными
 - Использование справочной литературы и ресурсов
- 3. Основы SEO-оптимизации:**
 - Понятие поисковой оптимизации и её значение
 - Ключевые слова: подбор и грамотное использование
 - Структура SEO-оптимизированного текста
 - Мета-теги и заголовки (Title, H1-H6)
- 4. Комплексный подход к подготовке текста**
 - Взаимосвязь редакции, корректуры и SEO
 - Принципы удобочитаемости текста
 - Адаптация контента для разных платформ
 - Инструменты автоматической проверки

Практика:

- 1. Редакторский практикум:**
 - Работа с текстами разных жанров
 - Устранение логических и композиционных недочетов
 - Улучшение стилистики и ясности изложения
- 2. Корректорские упражнения:**
 - Поиск и исправление ошибок в текстах
 - Работа с таблицей частотных ошибок
 - Практика оформления текстов по стандартам
- 3. SEO-оптимизация текстов:**
 - Подбор ключевых слов для заданных тем
 - Написание и оптимизация заголовков и мета-описаний
 - Создание SEO-оптимизированных текстов
 - Анализ и доработка существующих материалов
- 4. Комплексная работа над текстом:**
 - Полный цикл подготовки текста к публикации
 - Составление редакторского поручения
 - Взаимная проверка и рецензирование

Форма контроля:

1. **Защита отредактированных материалов:**
 - Презентация подготовленных текстов
 - Обоснование редакторских решений
 - Демонстрация результатов SEO-оптимизации
2. **Практический экзамен:**
 - Редактура и корректура текста-заготовки
 - SEO-анализ предложенного материала
 - Выполнение комплексного задания
3. **Самоанализ:**
 - Оценка приобретенных навыков
 - Определение сильных сторон и зон роста
 - Планирование дальнейшего совершенствования

Критерии оценки:

- Качество редакторской правки – 30%
- Грамотность и внимание к деталям – 25%
- Эффективность SEO-оптимизации – 25%
- Умение применять комплексный подход – 20%

Учебные материалы:

- Сборник текстов для редакторской практики
- Таблица частотных ошибок
- Гайд по SEO-оптимизации
- Чек-листы редактора и корректора
- Образцы редакторских правок

Модуль 4: Визуальный контент и дизайн.

Тема 4.1. Основы композиции и визуального восприятия.

Теория:

1. **Основы композиции:**
 - Понятие композиции в визуальном искусстве
 - Основные элементы композиции: точка, линия, форма, пространство
 - Принципы организации визуального пространства
 - Композиционные схемы и их влияние на восприятие
2. **Визуальное восприятие:**
 - Психология восприятия изображения
 - Законы гештальт-психологии в дизайне
 - Визуальные иллюзии и их использование
 - Факторы, влияющие на внимание зрителя
3. **Баланс и гармония:**
 - Виды баланса: симметричный, асимметричный, радиальный
 - Контраст и нюанс как средства выразительности
 - Ритм и динамика в композиции
 - Правило золотого сечения и правило третей
4. **Цвет и свет в композиции:**
 - Основы цветоведения: цветовой круг, контрасты
 - Психологическое воздействие цвета
 - Роль света в создании объема и настроения
 - Создание цветовых гармоний

Практика:

1. **Анализ визуальных композиций:**
 - Разбор известных произведений искусства и фотографий
 - Выявление композиционных приемов

- Анализ эффективности визуального воздействия
- 2. **Создание простых композиций:**
 - Упражнения на организацию визуального пространства
 - Построение композиций по правилу третей
 - Работа с различными видами баланса
- 3. **Практикум по цвету и свету:**
 - Создание цветовых гармоний
 - Упражнения на передачу объема с помощью света
 - Работа с контрастами и нюансами

Форма контроля:

1. **Защита практических работ:**
 - Презентация созданных композиций
 - Обоснование использованных приемов
 - Анализ достигнутого визуального эффекта
2. **Тестирование:**
 - Теоретические вопросы по основам композиции
 - Задания на определение композиционных схем
 - Анализ предложенных изображений
3. **Саморефлексия:**
 - Оценка приобретенных знаний и навыков
 - Анализ сильных и слабых сторон
 - Постановка целей для дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Понимание и применение принципов композиции – 30%
- Умение создавать гармоничные визуальные решения – 25%
- Владение основами цветоведения и работы со светом – 25%
- Качество анализа и саморефлексии – 20%

Учебные материалы:

- Презентация «Основы композиции»
- Альбом с примерами удачных композиций
- Цветовой круг и шаблоны для упражнений
- Чек-лист анализа визуального произведения

Тема 4.2. Фотография в медиа: от съемки до обработки.

Теория:

1. **Основы фотографии:**
 - Устройство фотоаппарата и основные настройки
 - Экспозиция: выдержка, диафрагма, ISO
 - Композиция в фотографии: правило третей, золотое сечение
 - Работа с фокусом и глубиной резкости
2. **Жанры фотографии в медиа:**
 - Репортажная и новостная фотография
 - Портретная съемка для публикаций
 - Предметная и интерьерная фотография
 - Специфика съемки мероприятий
3. **Оборудование и освещение:**
 - Выбор оборудования для разных задач
 - Естественное и искусственное освещение
 - Работа со вспышкой и отражателями
 - Мобильная фотография: возможности и ограничения
4. **Обработка фотографий:**
 - Основы цветокоррекции и ретуши

- Работа с форматами файлов (RAW, JPEG)
- Кадрирование и коррекция перспективы
- Подготовка фото к публикации в медиа

Практика:

- 1. Практикум по настройкам фотоаппарата:**
 - Отработка навыков работы с экспозицией
 - Упражнения по работе с глубиной резкости
 - Съемка в различных условиях освещенности
- 2. Съемка в разных жанрах:**
 - Репортажная съемка учебного процесса
 - Портретная серия студентов и преподавателей
 - Съемка мероприятий колледжа
 - Предметная съемка учебных работ
- 3. Обработка фотоматериалов:**
 - Базовая коррекция экспозиции и цвета
 - Ретушь портретов для публикации
 - Создание серийных фотографий в едином стиле
 - Подготовка фото для web-публикаций
- 4. Анализ и отбор фотографий:**
 - Критерии отбора фото для публикации
 - Создание фотоисторий и фотоподборок
 - Взаимный разбор работ студентов

Форма контроля:

- 1. Презентация фотопроектов:**
 - Защита серии фотографий по заданной теме
 - Обоснование творческих и технических решений
 - Анализ соответствия задачам медиа
- 2. Практический зачет:**
 - Съемка по заданным параметрам
 - Экспресс-обработка фотографий
 - Анализ готовых работ
- 3. Самооценка и рефлексия:**
 - Оценка приобретенных навыков
 - Анализ сильных сторон и зон роста
 - Планирование дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Техническое качество фотографий – 30%
- Композиционное решение и художественная ценность – 25%
- Соответствие задачам медиа и целевой аудитории – 25%
- Качество обработки и подготовки к публикации – 20%

Учебные материалы:

- Памятка «Настройки фотоаппарата»
- Образцы успешных фотографий для медиа
- Чек-лист подготовки к съемке
- Гайд по базовой обработке фотографий
- Шаблоны для создания фотоисторий

Тема 4.3. Основы графического дизайна (Canva, Adobe Photoshop).

Теория:

- 1. Введение в графический дизайн:**
 - Основные понятия и принципы графического дизайна
 - Отличие растровой и векторной графики

- Форматы файлов и их применение
- Основы типографики и работы с текстом
- 2. **Интерфейс и инструменты Canva:**
 - Обзор платформы и возможности бесплатной версии
 - Работа с шаблонами и создание собственных проектов
 - Инструменты для работы с текстом, изображениями, элементами
 - Коллаборация и совместная работа в Canva
- 3. **Основы работы в Adobe Photoshop:**
 - Интерфейс программы и настройка рабочего пространства
 - Основные инструменты выделения и работы со слоями
 - Принципы работы с масками и корректирующими слоями
 - Базовая ретушь и цветокоррекция
- 4. **Дизайн для социальных сетей:**
 - Особенности создания контента для разных платформ
 - Рекомендованные размеры и форматы
 - Создание единого визуального стиля
 - Адаптация контента для разных устройств

Практика:

1. **Работа в Canva – базовый уровень:**
 - Создание простых графических работ
 - Разработка шаблонов для социальных сетей
 - Работа с бренд-китами и цветовыми палитрами
2. **Продвинутые техники в Canva:**
 - Создание анимированного контента
 - Разработка презентаций и инфографики
 - Оптимизация рабочих процессов
3. **Основы работы в Photoshop:**
 - Создание и редактирование многослойных документов
 - Базовая ретушь фотографий
 - Работа с текстом и эффектами
4. **Практикум по созданию контента:**
 - Разработка серии постов для социальных сетей
 - Создание баннеров и обложек
 - Подготовка макетов для печати
5. **Интеграция инструментов:**
 - Совместное использование Canva и Photoshop
 - Создание комплексных дизайн-проектов
 - Оптимизация рабочих процессов

Форма контроля:

1. **Защита дизайн-проектов:**
 - Презентация серии графических работ
 - Обоснование дизайнерских решений
 - Демонстрация владения инструментами
2. **Практическое задание:**
 - Создание графического элемента по техническому заданию
 - Решение дизайнерской задачи в ограниченное время
 - Анализ готовой работы
3. **Рефлексия:**
 - Самооценка приобретенных навыков
 - Анализ сильных сторон и зон роста
 - Планирование дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Владение инструментами Canva и Photoshop – 30%
- Качество визуального исполнения – 25%
- Соответствие поставленной задаче – 25%
- Креативность и оригинальность – 20%

Учебные материалы:

- Видео-гайды по работе в Canva и Photoshop
- Библиотека шаблонов и ресурсов
- Чек-листы для проверки работ
- Примеры успешных дизайн-проектов
- Памятки по горячим клавишам

Тема 4.4. Визуализация данных: инфографика.

Теория:

- 1. Основы визуализации данных:**
 - Понятие инфографики и её роль в медиа
 - Принципы эффективной визуализации данных
 - Типы данных и способы их представления
 - Психология восприятия графической информации
- 2. Структура и композиция инфографики:**
 - Основные элементы инфографики
 - Принципы построения визуальной иерархии
 - Композиционные схемы и макеты
 - Баланс текстовой и графической информации
- 3. Инструменты создания инфографики:**
 - Обзор онлайн-инструментов (Canva, Infogram)
 - Возможности профессиональных программ
 - Шаблоны и их адаптация
 - Требования к подготовке файлов для публикации
- 4. Работа с данными:**
 - Методы сбора и анализа информации
 - Проверка достоверности данных
 - Выбор оптимального формата визуализации
 - Этические аспекты представления данных

Практика:

- 1. Анализ примеров инфографики:**
 - Разбор успешных и неудачных примеров
 - Выявление принципов эффективной визуализации
 - Критический анализ готовых работ
- 2. Создание простой инфографики:**
 - Разработка концепции на основе предоставленных данных
 - Выбор типа визуализации и цветового решения
 - Создание макета в выбранном инструменте
- 3. Работа с реальными данными колледжа:**
 - Визуализация статистики успеваемости
 - Создание инфографики о мероприятиях колледжа
 - Представление информации о специальностях

Форма контроля:

- 1. Защита проекта инфографики:**
 - Презентация созданной работы
 - Обоснование выбранных решений
 - Ответы на вопросы аудитории
- 2. Тестирование:**

- Вопросы по теории визуализации данных
- Задания на определение типов инфографики
- Анализ предложенных примеров

3. Рефлексия:

- Самооценка приобретенных навыков
- Анализ трудностей и успехов
- Постановка целей для совершенствования

Критерии оценки:

- Корректность представления данных – 30%
- Качество визуального исполнения – 25%
- Логичность и понятность изложения – 25%
- Оригинальность и креативность – 20%

Учебные материалы:

- Библиотека примеров инфографики
- Шаблоны для создания визуализаций
- Гайд по выбору типа диаграмм
- Чек-лист проверки инфографики
- Набор данных для практических работ

Тема 4.5. Разработка фирменного стиля студенческого медиа.

Теория:

1. Основы фирменного стиля:

- Понятие и компоненты фирменного стиля
- Значение айдентики для медиапроекта
- Брендбук и гайдлайн как основа единства стиля
- Особенности фирменного стиля для образовательных проектов

2. Визуальные элементы айдентики:

- Логотип: виды, принципы создания
- Цветовая палитра: психология цвета, сочетания
- Типографика: шрифтовые пары, иерархия
- Графические элементы: паттерны, иконки

3. Носители фирменного стиля:

- Цифровые носители: сайт, социальные сети
- Печатная продукция: бланки, визитки
- Мерч и сувенирная продукция
- Оформление мероприятий

4. Процесс разработки айдентики:

- Исследование и анализ целевой аудитории
- Разработка концепции и креативная идея
- Создание и утверждение элементов стиля
- Внедрение и контроль использования

Практика:

1. Анализ существующих айдентик:

- Разбор фирменных стилей известных медиа
- Критический анализ стилей студенческих проектов
- Выявление сильных и слабых сторон

2. Разработка концепции:

- Мозговой штурм и поиск идей
- Создание мудборда и подбор референсов
- Формулировка концепции будущего стиля

3. Создание элементов айдентики:

- Разработка логотипа и его вариаций

- Подбор цветовой палитры и шрифтов
- Создание базовых графических элементов
- Оформление примеров носителей

Форма контроля:

1. Презентация проекта:

- Защита разработанного фирменного стиля
- Демонстрация элементов айдентики
- Обоснование дизайнерских решений

2. Экспертный анализ:

- Оценка соответствия концепции целевой аудитории
- Проверка практической применимости стиля
- Рекомендации по доработке проекта

3. Саморефлексия:

- Оценка работы в команде
- Анализ приобретенных компетенций
- Планирование дальнейшего развития проекта

Критерии оценки:

- Целостность и продуманность концепции – 30%
- Качество визуального исполнения – 25%
- Практическая применимость и универсальность – 25%
- Соответствие специфике студенческого медиа – 20%

Учебные материалы:

- Образцы брендбуков известных компаний
- Шаблоны для создания айдентики
- Гайд по цветовым сочетаниям
- Библиотека шрифтов с лицензиями
- Примеры мудбордов и референсов

Модуль 5: Мультимедийный и видеоконтент.

Тема 5.1. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий.

Теория:

1. Основы создания видеоконтента:

- Особенности видеоконтента в цифровой среде
- Форматы видео для разных платформ (RuTube)
- Этапы производства видео: пре-продакшн, продакшн, пост-продакшн
- Роль сценария и раскадровки в создании качественного видео

2. Разработка идеи и концепции:

- Методы генерации идей для видеоконтента
- Анализ целевой аудитории и платформы размещения
- Создание уникального видеопредложения (УВП)
- Принципы сторителлинга в видео

3. Сценарное мастерство:

- Структура сценария: завязка, развитие, кульминация, развязка
- Диалоги и реплики: естественность и воздействие
- Визуальный язык в сценарии
- Адаптация сценария под разные жанры

4. Раскадровка как инструмент визуализации:

- Назначение и виды раскадровок
- Основы композиции кадра
- Передача движения и эмоций через раскадровку
- Соотношение раскадровки и монтажа

Практика:

1. **Разработка идеи и концепции видео:**
 - Мозговой штурм и выбор темы для видео
 - Формулировка цели и ключевого сообщения
 - Создание синопсиса и Treatment
2. **Написание сценария:**
 - Создание сценарной заявки
 - Написание полного сценария (с учетом хронометража)
 - Проработка диалогов и визуального ряда
3. **Создание раскадровки:**
 - Визуализация ключевых сцен проекта
 - Проработка композиции и планов
 - Создание технического задания для съемочной группы
4. **Питчинг проектов:**
 - Презентация разработанных проектов
 - Получение обратной связи
 - Доработка материалов

Форма контроля:

1. **Защита видеопроекта:**
 - Презентация идеи, сценария и раскадровки
 - Обоснование творческих и технических решений
 - Ответы на вопросы комиссии
2. **Практическое задание:**
 - Экспресс-разработка концепции видео на заданную тему
 - Создание фрагмента раскадровки
 - Написание сценарного эпизода
3. **Рефлексия:**
 - Самооценка работы над проектом
 - Анализ полученного опыта
 - Определение направлений роста

Критерии оценки:

- Оригинальность и проработанность идеи – 30%
- Качество сценария (структура, диалоги) – 25%
- Визуальная выразительность раскадровки – 25%
- Умение презентовать и защищать проект – 20%

Учебные материалы:

- Шаблоны сценариев разных форматов
- Образцы раскадровок
- Гайд по созданию видеоконтента
- Чек-лист оценки видеопроекта
- Примеры успешных кейсов

Тема 5.2. Мобильная видеосъемка: основы операторской работы.

Теория:

1. **Основы мобильной видеосъемки:**
 - Возможности современных смартфонов для видеосъемки
 - Основные настройки камеры: разрешение, частота кадров
 - Дополнительное оборудование: стабилизаторы, микрофоны, объективы
 - Преимущества и ограничения мобильной съемки
2. **Композиция и работа с кадром:**
 - Правило третей и другие принципы композиции
 - Типы планов: общий, средний, крупный, детальный

- Работа с глубиной резкости и фокусом
- Движение камеры: панорамы, тревелинг, зум
- 3. **Освещение и звук:**
 - Естественное и искусственное освещение
 - Работа с контровым и боковым светом
 - Основы записи качественного звука на смартфон
 - Использование внешних микрофонов
- 4. **Подготовка к съемке:**
 - Планирование съемочного процесса
 - Подбор локаций и реквизита
 - Создание технического задания
 - Организация рабочего пространства

Практика:

1. **Отработка базовых техник съемки:**
 - Съемка статичных кадров разных планов
 - Отработка плавных движений камеры
 - Работа с фокусом и экспозицией
2. **Съемка в различных условиях:**
 - Съемка в помещении при искусственном освещении
 - Работа на улице при естественном свете
 - Съемка интервью и диалогов
 - Репортажная съемка мероприятий
3. **Работа со звуком:**
 - Сравнение качества встроенного и внешнего микрофона
 - Запись интервью в шумных помещениях
 - Основы шумоподавления при записи
4. **Создание видеосюжета:**
 - Съемка материала для короткого видеосюжета
 - Обеспечение монтажной совместимости кадров
 - Контроль качества отснятого материала

Форма контроля:

1. **Защита отснятого материала:**
 - Презентация видеосюжета или подборки кадров
 - Анализ использованных операторских приемов
 - Обоснование технических и творческих решений
2. **Практический экзамен:**
 - Съемка кадра по заданным параметрам
 - Решение операторской задачи в ограниченное время
 - Демонстрация владения оборудованием
3. **Самоанализ:**
 - Оценка приобретенных навыков
 - Выявление сильных сторон и зон роста
 - Планирование дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Техническое качество видеоматериала – 30%
- Композиционное решение кадров – 25%
- Умение работать со светом и звуком – 25%
- Соответствие поставленной задаче – 20%

Учебные материалы:

- Чек-лист подготовки к съемке
- Памятка по настройкам камеры смартфона
- Образцы технических заданий

- Гайд по основам композиции
- Примеры качественного мобильного видео

Тема 5.3. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve).

Теория:

- 1. Основы видеомонтажа:**
 - Принципы и цели монтажа
 - Основные термины: клип, таймлайн, дорожка, ключевой кадр
 - Этапы монтажного процесса
 - Форматы видеофайлов и кодеки
- 2. Мобильный монтаж в CapCut:**
 - Обзор интерфейса и возможностей программы
 - Инструменты редактирования: обрезка, разделение, наложение
 - Работа с эффектами, переходами и текстом
 - Экспорт готового видео для разных платформ
- 3. Профессиональный монтаж в DaVinci Resolve:**
 - Знакомство с интерфейсом и панелями управления
 - Основные рабочие пространства: Media, Cut, Edit, Color
 - Инструменты монтажа на временной шкале
 - Организация медиатеки и проектов
- 4. Приемы и техники монтажа:**
 - Виды монтажных склеек: сопоставление, параллельность, контраст
 - Ритм и темпоритм в монтаже
 - Работа со звуком: музыка, шумы, синхронизация
 - Цветокоррекция и градирование

Практика:

- 1. Базовый монтаж в CapCut:**
 - Создание простого видеоролика
 - Добавление переходов и базовых эффектов
 - Наложение музыки и текстовых вставок
- 2. Продвинутый монтаж в CapCut:**
 - Работа с хромакеем (зеленым фоном)
 - Создание анимированных титров
 - Использование кривых скорости для замедления/ускорения
- 3. Основы работы в DaVinci Resolve:**
 - Импорт и организация материала
 - Быстрый монтаж в панели Cut
 - Точная подгонка кадров в панели Edit
 - Базовая цветокоррекция
- 4. Создание комплексного проекта:**
 - Монтаж видеосюжета с использованием обоих инструментов
 - Сведение звуковой дорожки
 - Добавление графики и титров
 - Финальный экспорт проекта

Форма контроля:

- 1. Защита смонтированного видео:**
 - Презентация готового видеопрокта
 - Обоснование монтажных решений
 - Анализ использованных техник и инструментов
- 2. Практический зачет:**
 - Выполнение монтажного задания на время

- Решение проблемной ситуации при монтаже
- Демонстрация владения инструментами
- 3. **Рефлексия:**
 - Самооценка приобретенных навыков
 - Сравнение возможностей разных программ
 - Планирование дальнейшего развития

Критерии оценки:

- Техническое качество монтажа – 30%
- Творческий подход и соответствие задаче – 25%
- Владение инструментами программ – 25%
- Качество звукового сопровождения – 20%

Учебные материалы:

- Видео-гайды по интерфейсу CapCut и DaVinci Resolve
- Библиотека монтажных переходов и эффектов
- Шаблоны титров и графики
- Набор музыкальных треков и звуковых эффектов
- Чек-листы контроля качества

Тема 5.4. Создание подкастов и работа со звуком.

Теория:

1. **Основы подкастинга:**
 - Что такое подкаст и его виды (интервью, монолог, дискуссия)
 - Особенности аудиоконтента и его преимущества
 - Структура подкаста: вступление, основная часть, заключение
 - Платформы для размещения подкастов
2. **Оборудование для записи:**
 - Типы микрофонов: динамические, конденсаторные
 - Поп-фильтры, стойки, наушники
 - Звуковые интерфейсы и рекордеры
 - Создание бюджетной домашней студии
3. **Техники записи звука:**
 - Правильное расположение микрофона
 - Контроль уровня записи и избегание клиппинга
 - Акустика помещения и борьба с эхом
 - Запись нескольких участников одновременно
4. **Обработка и сведение:**
 - Основы работы в Audacity/Adobe Audition
 - Шумоподавление и нормализация
 - Компрессия и эквалайзер
 - Добавление музыки и звуковых эффектов

Практика:

1. **Подготовка к записи:**
 - Разработка концепции и формата подкаста
 - Написание сценария или плана выпуска
 - Подготовка оборудования и тестовая запись
2. **Практика записи:**
 - Запись пробных эпизодов в разных форматах
 - Отработка техники речи и работы с микрофоном
 - Запись интервью и групповых обсуждений
3. **Обработка звука:**
 - Очистка записей от шумов и артефактов

- Балансировка громкости и панорамирование
- Добавление джинглов и музыкального оформления
- Экспорт в нужные форматы
- 4. **Создание выпуска подкаста:**
 - Подготовка описания и тегов
 - Создание обложки выпуска
 - Публикация на платформе

Форма контроля:

1. **Презентация подкаста:**
 - Прослушивание готового выпуска
 - Обоснование творческих и технических решений
 - Ответы на вопросы о процессе создания
2. **Тестирование:**
 - Вопросы по теории звукозаписи
 - Практическое задание по обработке звука
 - Анализ предложенного аудиоматериала
3. **Рефлексия:**
 - Самооценка работы над проектом
 - Анализ сильных и слабых сторон
 - Планирование развития в подкастинге

Критерии оценки:

- Качество звука записи – 30%
- Содержательность и структура выпуска – 25%
- Владение техникой обработки звука – 25%
- Креативность и оригинальность – 20%

Учебные материалы:

- Чек-лист подготовки к записи
- Гайд по настройке оборудования
- Библиотека звуковых эффектов и музыки
- Шаблоны сценариев подкастов
- Примеры успешных студенческих подкастов

Тема 5.5. Продвижение видеоформатов.

Теория:

1. **Стратегия продвижения видео:**
 - Основы видеомаркетинга
 - Анализ целевой аудитории видеоконтента
 - Платформы для размещения видео и их особенности
 - Метрики эффективности видеоконтента
2. **SEO для видео:**
 - Оптимизация названий, описаний и тегов
 - Создание привлекательных превью и обложек
 - Использование транскрипций и субтитров
 - Внутренняя перелинковка видео
3. **Продвижение в социальных сетях:**
 - Специфика видео в разных соцсетях (RuTube, VK, Макс)
 - Форматы видеоконтента для каждой платформы
 - Использование сторис, рилс, клипов
 - Стратегии вовлечения аудитории
4. **Аналитика и оптимизация:**
 - Ключевые показатели эффективности видео

- Инструменты аналитики (YouTube Analytics, VK Статистика)
- A/B тестирование контента
- Работа с обратной связью и комментариями

Практика:

- 1. Разработка плана продвижения:**
 - Создание контент-плана для видео
 - Определение ключевых сообщений и УТП
 - Разработка стратегии кроссплатформенного продвижения
- 2. Оптимизация видео:**
 - Создание SEO-оптимизированных заголовков и описаний
 - Дизайн привлекательных превью
 - Подготовка субтитров и транскрипций
- 3. Продвижение в соцсетях:**
 - Создание адаптированных версий видео для разных платформ
 - Разработка постов-анонсов и сопроводительных материалов
 - Планирование публикаций
- 4. Анализ эффективности:**
 - Разбор статистики готовых видео
 - Выявление успешных и неудачных практик
 - Разработка рекомендаций по улучшению

Форма контроля:

- 1. Защита проекта продвижения:**
 - Презентация плана продвижения видеоматериала
 - Обоснование выбранных стратегий и тактик
 - Анализ ожидаемых результатов
- 2. Практическое задание:**
 - Оптимизация готового видео для поиска
 - Создание превью и описания
 - Разработка поста-анонса
- 3. Рефлексия:**
 - Самооценка приобретенных навыков
 - Анализ практической ценности знаний
 - Планирование применения навыков

Критерии оценки:

- Глубина проработки стратегии продвижения – 30%
- Качество оптимизации видео – 25%
- Эффективность решений для соцсетей – 25%
- Умение анализировать и предлагать улучшения – 20%

Учебные материалы:

- Гайд по SEO для видео
- Шаблоны для создания превью
- Чек-лист публикации видео
- Примеры успешных кейсов продвижения
- Инструкции по работе с аналитикой

Модуль 6: Продвижение в соцсетях и аналитика

Тема 6.1. Введение в SMM. Особенности разных платформ (VK, MAKS).

Теория:

- 1. Основы SMM:**
 - Что такое SMM и его роль в современной медиасреде

- Цели и задачи ведения социальных сетей
- Основные метрики эффективности SMM
- Особенности SMM для образовательных учреждений
- 2. **Платформа ВКонтакте, МАКС:**
 - Особенности аудитории и контента
 - Основные инструменты: группы, паблики, сторис
 - Алгоритмы продвижения контента
 - Рекламные возможности платформы
 - Специфика каналов и чатов
 - Форматы контента и особенности подачи
 - Монетизация и партнерские программы
 - Инструменты для взаимодействия с аудиторией
- 3. **Платформа Яндекс.Дзен:**
 - Принципы работы рекомендательной ленты
 - Особенности форматов: статьи, видео, карточки
 - Алгоритмы ранжирования контента
 - Монетизация через партнерскую программу

Практика:

1. **Анализ платформ:**
 - Сравнительный анализ ВК, МАКС и Яндекс.Дзен
 - Исследование успешных кейсов в каждой платформе
 - Определение сильных и слабых сторон платформ
2. **Разработка контент-стратегии:**
 - Создание контент-плана для каждой платформы
 - Адаптация контента под особенности платформ
 - Разработка единого стиля оформления
3. **Создание контента:**
 - Подготовка постов для ВК с использованием всех функций
 - Создание контента
 - Разработка материалов для Яндекс.Дзен

Форма контроля:

1. **Защита контент-проектов:**
 - Презентация разработанных материалов для трех платформ
 - Обоснование выбранных форматов и подходов
 - Сравнительный анализ эффективности стратегий
2. **Тестирование:**
 - Вопросы по особенностям платформ
 - Задания на определение оптимальной платформы для разных типов контента
 - Анализ предложенных кейсов
3. **Рефлексия:**
 - Самооценка понимания специфики платформ
 - Анализ практической ценности полученных знаний
 - Планирование применения навыков в работе студенческих медиа

Критерии оценки:

- Глубина понимания особенностей платформ – 30%
- Качество адаптации контента под разные платформы – 25%
- Практическая применимость разработанных материалов – 25%
- Умение анализировать и сравнивать платформы – 20%

Учебные материалы:

- Сравнительная таблица особенностей платформ
- Гайды по ведению контента в ВК, Макс, Яндекс.Дзен

- Примеры успешных образовательных проектов в каждой платформе
- Шаблоны контент-планов
- Чек-листы подготовки контента

Тема 6.2. Как оформить сообщество и наполнить его контентом.

Теория:

- 1. Создание и оформление сообщества:**
 - Выбор типа сообщества (группа, публик, канал)
 - Разработка концепции и позиционирования
 - Оформление шапки, аватарки, меню
 - Создание уникального визуального стиля
- 2. Структура и навигация:**
 - Организация меню и разделов
 - Создание закрепленных постов и обсуждений
 - Настройка виджетов и приложений
 - Оптимизация пользовательского опыта
- 3. Контент-стратегия:**
 - Определение целей и целевой аудитории
 - Разработка контент-плана
 - Баланс развлекательного и образовательного контента
 - Система рубрик и тематических блоков
- 4. Форматы контента:**
 - Текстовые форматы (посты, статьи, опросы)
 - Визуальный контент (фото, инфографика, мемы)
 - Интерактивные форматы (квизы, голосования, конкурсы)
 - Пользовательский контент и вовлечение аудитории

Практика:

- 1. Разработка концепции сообщества:**
 - Создание уникального торгового предложения (УТП)
 - Разработка визуального стиля
 - Создание гайдлайна по оформлению
- 2. Оформление сообщества:**
 - Создание аватарки и обложки
 - Настройка меню и разделов
 - Разработка шаблонов для постов
- 3. Создание контента:**
 - Наполнение контент-плана на месяц
 - Подготовка постов разных форматов
 - Создание интерактивных материалов

Форма контроля:

- 1. Презентация сообщества:**
 - Защита оформленного сообщества
 - Демонстрация контент-плана
 - Обоснование выбранных решений
- 2. Практическое задание:**
 - Анализ готового сообщества
 - Разработка рекомендаций по улучшению
 - Создание экстренного поста на актуальную тему
- 3. Рефлексия:**
 - Самооценка работы над проектом
 - Анализ полученного опыта
 - Планирование развития сообщества

Критерии оценки:

- Качество оформления и визуальная привлекательность – 30%
- Продуманность контент-стратегии – 25%
- Разнообразие и качество контента – 25%
- Умение презентовать и защищать проект – 20%

Учебные материалы:

- Гайд по оформлению сообществ
- Шаблоны для создания контент-планов
- Библиотека визуальных элементов
- Примеры успешных студенческих сообществ
- Чек-лист проверки сообщества

Тема 6.3. Форматы контента в соцсетях: сторис, рилсы, посты, клипы.

Теория:

- 1. Особенности форматов:**
 - Сторис: кратковременность, интерактивность, неформальность
 - Рилсы/Reels: вертикальный видеоформат, музыка, тренды
 - Посты: постоянный контент, информационная ценность
 - Клипы: краткое видео, эмоциональное воздействие
- 2. Создание эффективных сторис:**
 - Структура успешной сторис-серии
 - Интерактивные элементы (опросы, тесты, вопросы)
 - Тайминг и ритм подачи информации
 - Аналитика просмотров и вовлеченности
- 3. Производство рилсов и Reels:**
 - Тренды и алгоритмы продвижения
 - Монтажные приемы для удержания внимания
 - Работа со звуком и текстовыми слоями
 - Оптимальная длительность и хронометраж
- 4. Создание постов и клипов:**
 - Форматы текстовых постов (опросы, истории, экспертные мнения)
 - Визуальное оформление постоянных публикаций
 - Специфика клипов как формата быстрого потребления
 - Кросс-платформенное использование контента

Практика:

- 1. Разработка контент-плана:**
 - Создание плана публикаций на неделю с использованием всех форматов
 - Распределение контента по типам и платформам
 - Разработка системы рубрик для каждого формата
- 2. Создание сторис и рилсов:**
 - Съемка и монтаж серии сторис на актуальную тему
 - Создание рилса/Reels с использованием трендов
 - Добавление интерактивных элементов и призывов к действию
- 3. Подготовка постов и клипов:**
 - Написание текстовых постов разных форматов
 - Создание визуального сопровождения для постов
 - Монтаж клипов из отснятого видео

Форма контроля:

- 1. Презентация контент-пакета:**
 - Демонстрация созданных материалов всех форматов
 - Обоснование выбора форматов для разных тем

- Анализ соответствия целям и аудитории
- 2. **Практическое задание:**
 - Создание экстренной сторис на заданную тему
 - Быстрый монтаж рилса из предоставленного материала
 - Написание поста с использованием заданных критериев
- 3. **Рефлексия:**
 - Сравнение эффективности разных форматов
 - Анализ сильных и слабых сторон в работе с каждым форматом
 - Планирование развития навыков

Критерии оценки:

- Качество исполнения каждого формата – 25%
- Соответствие формата содержанию и цели – 25%
- Интерактивность и вовлекающий потенциал – 25%
- Единство стиля и бренд-консистентность – 25%

Учебные материалы:

- Чек-листы для каждого формата контента
- Библиотека шаблонов для сторис и постов
- Гайд по трендам в рилсах/Reels
- Примеры успешного кроссплатформенного контента
- Инструкции по использованию интерактивных элементов

Тема 6.4. Аналитика и метрики: как оценить успех.

Теория:

1. **Основы аналитики в SMM:**
 - Зачем нужна аналитика в социальных сетях
 - Ключевые метрики и их значение
 - Воронка вовлечения: от охвата до конверсии
 - Постановка измеримых целей (KPI)
2. **Метрики вовлеченности:**
 - ER (Engagement Rate) и как его считать
 - Лайки, комментарии, репосты: что важнее
 - Кликабельность (CTR) и охват (Reach)
 - Анализ вовлеченности по типам контента
3. **Инструменты аналитики:**
 - Встроенные инструменты платформ (VK, Telegram)
 - Google Analytics для социальных сетей
 - Сервисы для кросс-платформенной аналитики
 - Дашборды и автоматизация отчетов
4. **Принятие решений на основе данных:**
 - Анализ эффективности контент-стратегии
 - Выявление успешных форматов и тем
 - Оптимизация времени публикаций
 - Работа с отрицательной динамикой

Практика:

1. **Работа с реальной статистикой:**
 - Анализ статистики студенческих сообществ
 - Расчет ключевых метрик вовлеченности
 - Выявление тенденций и аномалий
2. **Создание дашборда:**
 - Настройка автоматизированного отчета
 - Визуализация ключевых показателей
 - Разработка системы регулярной отчетности

3. Анализ эффективности контента:

- Сравнительный анализ разных форматов публикаций
- Выявление наиболее успешных рубрик
- Разработка рекомендаций по улучшению

Форма контроля:

1. Защита аналитического отчета:

- Презентация анализа выбранного сообщества
- Обоснование выводов и рекомендаций
- Ответы на вопросы по методике анализа

2. Практический кейс:

- Решение ситуационной задачи по аналитике
- Интерпретация предложенных данных
- Разработка плана действий на основе метрик

3. Рефлексия:

- Самооценка понимания метрик и аналитики
- Оценка практической полезности полученных навыков
- Планирование применения аналитики в работе

Критерии оценки:

- Глубина анализа и интерпретации данных – 30%
- Правильность расчета и использования метрик – 25%
- Практическая ценность рекомендаций – 25%
- Качество визуализации и презентации данных – 20%

Учебные материалы:

- Шаблоны отчетов и дашбордов
- Гайд по ключевым метрикам SMM
- Примеры успешных аналитических отчетов
- Чек-лист анализа эффективности контента
- База данных для практических заданий

Тема 6.5. Инструменты для планирования и автоматизации (Trello, Google Календарь).

Теория:

1. Основы планирования в медиа:

- Принципы эффективного планирования контента
- Методы организации редакционной работы
- Преимущества автоматизации процессов
- Критерии выбора инструментов планирования

2. Работа с Trello:

- Интерфейс и основные возможности
- Создание досок, колонок и карточек
- Система меток, сроков и назначения ответственных
- Интеграции и шаблоны для медиакоманд

3. Использование Google Календаря:

- Создание и настройка редакционного календаря
- Совместное планирование и доступы
- Напоминания и уведомления
- Интеграция с другими инструментами

4. Автоматизация процессов:

- Связывание Trello и Google Календаря
- Шаблоны повторяющихся задач
- Система учета выполнения задач
- Мобильные приложения для удаленной работы

Практика:

1. **Настройка рабочего пространства:**
 - Создание проекта в Trello для студенческого медиа
 - Настройка колонок workflow (Идеи, В работе, На проверке, Опубликовано)
 - Разработка системы меток и приоритетов
2. **Планирование контента:**
 - Заполнение Google Календаря контент-планом на месяц
 - Создание карточек в Trello для каждого контент-задания
 - Назначение ответственных и установка дедлайнов
3. **Автоматизация процессов:**
 - Настройка интеграций между инструментами
 - Создание шаблонов для регулярных задач
 - Разработка системы отчетности и контроля

Форма контроля:

1. **Демонстрация рабочего пространства:**
 - Презентация настроенного проекта в Trello
 - Показ редакционного календаря
 - Обоснование выбранной системы организации
2. **Практическое задание:**
 - Создание карточки для нового контент-задания
 - Планирование публикации в календаре
 - Настройка напоминаний и уведомлений
3. **Рефлексия:**
 - Оценка удобства использования инструментов
 - Анализ возможностей для внедрения в работу
 - Планирование улучшения системы планирования

Критерии оценки:

- Эффективность организации рабочего пространства – 30%
- Полнота и реалистичность контент-плана – 25%
- Грамотность настройки автоматизации – 25%
- Удобство и практичность системы – 20%

Учебные материалы:

- Шаблоны досок Trello для медиакоманд
- Примеры редакционных календарей
- Инструкции по настройке интеграций
- Чек-лист организации рабочего процесса
- Гайд по мобильным приложениям

Модуль 7: Итоговый практикум.

Тема 7.1. Запуск и ведение проекта студенческого медиа.

Теория:

1. **Разработка концепции проекта:**
 - Анализ целевой аудитории и рынка
 - Формулировка миссии и целей проекта
 - Выбор формата и платформ для размещения
 - Создание уникального торгового предложения (УТП)
2. **Планирование ресурсов:**
 - Формирование команды и распределение ролей
 - Разработение редакционного графика
 - Планирование технических и финансовых ресурсов
 - Создание дорожной карты проекта
3. **Юридические и организационные аспекты:**

- Правовые основы деятельности студенческих медиа
- Взаимодействие с администрацией образовательного учреждения
- Авторские права и использование контента
- Этические нормы и кодекс поведения

4. Стратегия развития:

- Постановка краткосрочных и долгосрочных целей
- Разработка системы оценки эффективности
- Планирование масштабирования проекта
- Управление рисками и кризисными ситуациями

Практика:

1. Разработка медиапроекта:

- Создание концепции собственного медиа
- Разработка визуального стиля и айдентики
- Формирование контент-стратегии

2. Запуск проекта:

- Подготовка пилотных материалов
- Настройка технической инфраструктуры
- Проведение запускной кампании

3. Ведение проекта:

- Регулярное производство контента
- Модерация и взаимодействие с аудиторией
- Анализ показателей и оптимизация работы

4. Презентация результатов:

- Подготовка отчетности о работе проекта
- Анализ достигнутых результатов
- Планирование дальнейшего развития

Форма контроля:

1. Защита проекта:

- Презентация созданного медиапроекта
- Демонстрация результатов работы
- Ответы на вопросы комиссии

2. Рефлексия:

- Самооценка работы над проектом
- Анализ полученного опыта
- Планирование профессионального развития

Критерии оценки:

- Целостность и проработанность концепции – 25%
- Качество реализации проекта – 30%
- Регулярность и разнообразие контента – 20%
- Анализ результатов и перспектив развития – 25%

Учебные материалы:

- Шаблоны для разработки концепции медиапроекта
- Примеры успешных студенческих медиа
- Гайд по запуску и ведению медиапроекта
- Чек-листы контроля качества контента
- Методики анализа эффективности

Календарно-тематический план

№ п/п	Раздел, тема занятия	Количество аудиторных часов		Планируемая дата проведения	Фактическая дата проведения
		теоретически занятия	практически занятия		
Модуль 1. Основы медиаграмотности и роль студенческих медиа					
Тема 1.1. Введение в медиа. Роль и виды студенческих СМИ.		2	2		
1.	Занятие 1. Введение в медиа. Роль и виды студенческих СМИ (теория).	2	-	08.09	
2.	Занятие 2. Введение в медиа. Роль и виды студенческих СМИ (практика).	-	2	09.09	
Тема 1.2. Медиаграмотность: как потреблять и критически оценивать информацию.		2	2		
3.	Занятие 1. Медиаграмотность: как потреблять и критически оценивать информацию (теория).	2	-	10.09	
4.	Занятие 2. Медиаграмотность: как потреблять и критически оценивать информацию (практика).	-	2	15.09	
Тема 1.3. Журналистская этика и правовые основы деятельности в медиа.		2	2		
5.	Занятие 1. Журналистская этика и правовые основы деятельности в медиа (теория).	2	-	16.09	
6.	Занятие 2. Журналистская этика и правовые основы деятельности в медиа (практика).	-	2	17.09	
Тема 1.4. Целевая аудитория и базовые принципы редакционной работы.		2	2		
7.	Занятие 1. Целевая аудитория и базовые принципы редакционной работы (теория).	2	-	22.09	
8.	Занятие 2. Целевая аудитория и базовые принципы редакционной работы (практика).	-	2	23.09	
Тема 1.5. Бренд колледжа и его позиционирование в медиа.		2	2		
9.	Занятие 1. Бренд колледжа и его позиционирование в медиа (теория).	2	-	24.09	

10.	Занятие 2. Бренд колледжа и его позиционирование в медиа (практика).	-	2	29.09	
Модуль 2. Разработка контент-стратегии и редакционная работа					
Тема 2.1. Контент-стратегия: от идеи до плана публикаций.		2	2		
11.	Занятие 1. Контент-стратегия: от идеи до плана публикаций (теория).	2	-	30.09	
12.	Занятие 2. Контент-стратегия: от идеи до плана публикаций (практика).	-	2	01.10	
Тема 2.2. Новостная и событийная журналистика в колледже.		5	5		
13.	Занятие 1. Новостная и событийная журналистика в колледже (теория).	2	-	06.10	
14.	Занятие 2. Новостная и событийная журналистика в колледже (теория).	2	-	07.10	
15.	Занятие 3. Новостная и событийная журналистика в колледже (теория и практика).	1	1	08.10	
16.	Занятие 4. Новостная и событийная журналистика в колледже (практика).	-	2	13.10	
17.	Занятие 5. Новостная и событийная журналистика в колледже (практика).	-	2	14.10	
Тема 2.3. Как придумать тему: мозговой штурм и создание темника.		4	4		
18.	Занятие 1. Как придумать тему: мозговой штурм и создание темника (теория).	2	-	15.10	
19.	Занятие 2. Как придумать тему: мозговой штурм и создание темника (теория).	2	-	20.10	
20.	Занятие 3. Как придумать тему: мозговой штурм и создание темника (практика).	-	2	21.10	
21.	Занятие 4. Как придумать тему: мозговой штурм и создание темника (практика).	-	2	22.10	
Тема 2.4. Редакционный менеджмент: распределение ролей, планирование, контроль.		4	4		
22.	Занятие 1. Редакционный менеджмент: распределение ролей, планирование, контроль (теория).	2	-	27.10	
23.	Занятие 2. Редакционный менеджмент: распределение ролей, планирование, контроль (теория).	2	-	28.10	
24.	Занятие 3. Редакционный менеджмент: распределение ролей, планирование, контроль (практика).	-	2	29.10	

25.	Занятие 4. Редакционный менеджмент: распределение ролей, планирование, контроль (практика).	-	2	03.11	
Тема 2.5. Внутренние и внешние коммуникации редакции.		6	2		
26.	Занятие 1. Внутренние и внешние коммуникации редакции (теория).	2	-	04.11	06.11
27.	Занятие 2. Внутренние и внешние коммуникации редакции (теория).	2	-	05.11	
28.	Занятие 3. Внутренние и внешние коммуникации редакции (теория).	2	-	10.11	
29.	Занятие 4. Внутренние и внешние коммуникации редакции (практика).	-	2	11.11	
Модуль 3. Текстовый контент: от новости до лонгрида					
Тема 3.1. Основы копирайтинга. Структура и виды текстов.		4	4		
30.	Занятие 1. Основы копирайтинга. Структура и виды текстов (теория).	2	-	12.11	
31.	Занятие 2. Основы копирайтинга. Структура и виды текстов (теория).	2	-	17.11	
32.	Занятие 3. Основы копирайтинга. Структура и виды текстов (практика).	-	2	18.11	
33.	Занятие 4. Основы копирайтинга. Структура и виды текстов (практика).	-	2	19.11	
Тема 3.2. Новостной пост и статья: правила написания.		6	6		
34.	Занятие 1. Новостной пост и статья: правила написания (теория).	2	-	24.11	
35.	Занятие 2. Новостной пост и статья: правила написания (теория).	2	-	25.11	
36.	Занятие 3. Новостной пост и статья: правила написания (теория).	2	-	26.11	
37.	Занятие 4. Новостной пост и статья: правила написания (практика).	-	2	01.12	
38.	Занятие 5. Новостной пост и статья: правила написания (практика).	-	2	02.12	
39.	Занятие 6. Новостной пост и статья: правила написания (практика).	-	2	03.12	
Тема 3.3. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка.		6	6		
40.	Занятие 1. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка (теория).	2	-	08.12	

41.	Занятие 2. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка (теория).	2	-	09.12	
42.	Занятие 3. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка (теория).	2	-	10.12	
43.	Занятие 4. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка (практика).	-	2	15.12	
44.	Занятие 5. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка (практика).	-	2	16.12	
45.	Занятие 6. Интервью: подготовка, проведение, расшифровка (практика).	-	2	17.12	
Тема 3.4. Как писать интересно: работа с языком и стилем.		4	4		
46.	Занятие 1. Как писать интересно: работа с языком и стилем (теория).	2	-	22.12	
47.	Занятие 2. Как писать интересно: работа с языком и стилем (теория).	2	-	23.12	
48.	Занятие 3. Как писать интересно: работа с языком и стилем (практика).	-	2	24.12	
Итого за I полугодие: 48 занятий, 96 часов					
49.	Занятие 4. Как писать интересно: работа с языком и стилем (практика).	-	2	12.01	
Тема 3.5. Редактура, корректура и SEO-базовые принципы.		-	4		
50.	Занятие 1. Редактура, корректура и SEO-базовые принципы (практика).	-	2	13.01	
51.	Занятие 2. Редактура, корректура и SEO-базовые принципы (практика).	-	2	14.01	
Модуль 4. Визуальный контент и дизайн					
Тема 4.1. Основы композиции и визуального восприятия.		2	2		
52.	Занятие 1. Основы композиции и визуального восприятия (теория).	2	-	19.01	
53.	Занятие 2. Основы композиции и визуального восприятия (практика).	-	2	20.01	
Тема 4.2. Фотография в медиа: от съемки до обработки.		2	2		
54.	Занятие 1. Фотография в медиа: от съемки до обработки (теория).	2	-	21.01	
55.	Занятие 2. Фотография в медиа: от съемки до обработки (практика).	-	2	26.01	
Тема 4.3. Основы графического дизайна (Canva, Adobe Photoshop).		2	2		

56.	Занятие 1. Основы графического дизайна (Canva, Adobe Photoshop) (теория).	2	-	27.01	
57.	Занятие 2. Основы графического дизайна (Canva, Adobe Photoshop) (практика).	-	2	28.01	
Тема 4.4. Визуализация данных: инфографика.		2	2		
58.	Занятие 1. Визуализация данных: инфографика (теория).	2	-	02.02	
59.	Занятие 2. Визуализация данных: инфографика (практика).	-	2	03.02	
Тема 4.5. Разработка фирменного стиля студенческого медиа.		3	3		
60.	Занятие 1. Разработка фирменного стиля студенческого медиа (теория).	2	-	04.02	
61.	Занятие 2. Разработка фирменного стиля студенческого медиа (теория и практика).	1	1	09.02	
62.	Занятие 3. Разработка фирменного стиля студенческого медиа (практика).	-	2	10.02	
Модуль 5. Мультимедийный и видеоконтент					
Тема 5.1. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий.		6	6		
63.	Занятие 1. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий (теория).	2	-	11.02	
64.	Занятие 2. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий (теория).	2	-	16.02	
65.	Занятие 3. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий (теория).	2	-	17.02	
66.	Занятие 4. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий (практика).	-	2	18.02	
67.	Занятие 5. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий (практика).	-	2	23.02	26.02
68.	Занятие 6. Видеоконтент: идея, раскадровка, сценарий (практика).	-	2	24.02	
Тема 5.2. Мобильная видеосъемка: основы операторской работы.		4	4		
69.	Занятие 1. Мобильная видеосъемка: основы операторской работы (теория).	2	-	25.02	
70.	Занятие 2. Мобильная видеосъемка: основы операторской работы (теория).	2	-	02.03	
71.	Занятие 3. Мобильная видеосъемка: основы операторской работы (практика).	-	2	03.03	
72.	Занятие 4. Мобильная видеосъемка: основы операторской работы (практика).	-	2	04.03	

Тема 5.3. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve).		6	6		
73.	Занятие 1. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve) (теория).	2	-	09.03	
74.	Занятие 2. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve) (теория).	2	-	10.03	
75.	Занятие 3. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve) (теория).	2	-	11.03	
76.	Занятие 4. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve) (практика).	-	2	16.03	
77.	Занятие 5. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve) (практика).	-	2	17.03	
78.	Занятие 6. Монтаж видео на смартфоне и в программах (CapCut, DaVinci Resolve) (практика).	-	2	18.03	
Тема 5.4. Создание подкастов и работа со звуком.		4	4		
79.	Занятие 1. Создание подкастов и работа со звуком (теория).	2	-	23.03	
80.	Занятие 2. Создание подкастов и работа со звуком (теория).	2	-	24.03	
81.	Занятие 3. Создание подкастов и работа со звуком (практика).	-	2	25.03	
82.	Занятие 4. Создание подкастов и работа со звуком (практика).	-	2	30.03	
Тема 5.5. Продвижение видеоформатов.		4	4		
83.	Занятие 1. Продвижение видеоформатов (теория).	2	-	31.03	
84.	Занятие 2. Продвижение видеоформатов (теория).	2	-	01.04	
85.	Занятие 3. Продвижение видеоформатов (практика).	-	2	06.04	
86.	Занятие 4. Продвижение видеоформатов (практика).	-	2	07.04	
Модуль 6. Продвижение в социальных сетях (SMM) и аналитика					
Тема 6.1. Введение в SMM. Особенности разных платформ (ВК, Яндекс, Дзен, МАКС).		3	3		
87.	Занятие 1. Введение в SMM. Особенности разных платформ (ВК, Яндекс, Дзен,	2	-	08.04	

	МАКС) (теория).				
88.	Занятие 2. Введение в SMM. Особенности разных платформ (ВК, Яндекс, Дзен, МАКС) (теория и практика).	1	1	13.04	
89.	Занятие 3. Введение в SMM. Особенности разных платформ (ВК, Яндекс, Дзен, МАКС) (практика).	-	2	14.04	
Тема 6.2. Как оформить сообщество и наполнить его контентом.		4	4		
90.	Занятие 1. Как оформить сообщество и наполнить его контентом (теория).	2	-	15.04	
91.	Занятие 2. Как оформить сообщество и наполнить его контентом (теория).	2	-	20.04	
92.	Занятие 3. Как оформить сообщество и наполнить его контентом (практика).	-	2	21.04	
93.	Занятие 4. Как оформить сообщество и наполнить его контентом (практика).	-	2	22.04	
Тема 6.3. Форматы контента в соцсетях: сторис, рилсы, посты, клипы.		4	4		
94.	Занятие 1. Форматы контента в соцсетях: сторис, рилсы, посты, клипы (теория).	2	-	27.04	
95.	Занятие 2. Форматы контента в соцсетях: сторис, рилсы, посты, клипы (теория).	2	-	28.04	
96.	Занятие 3. Форматы контента в соцсетях: сторис, рилсы, посты, клипы (практика).	-	2	29.04	
97.	Занятие 4. Форматы контента в соцсетях: сторис, рилсы, посты, клипы (практика).	-	2	04.05	
Тема 6.4. Аналитика и метрики: как оценить успех.		3	3		
98.	Занятие 1. Аналитика и метрики: как оценить успех (теория).	2	-	05.05	
99.	Занятие 2. Аналитика и метрики: как оценить успех (теория и практика).	1	1	06.05	
100.	Занятие 3. Аналитика и метрики: как оценить успех (практика).	-	2	11.05	
Тема 6.5. Инструменты для планирования и автоматизации (Trello, Google Календарь).		4	4		
101.	Занятие 1. Инструменты для планирования и автоматизации (Trello, Google Календарь) (теория).	2	-	12.05	
102.	Занятие 2. Инструменты для планирования и автоматизации (Trello, Google Календарь) (теория).	2	-	13.05	

103.	Занятие 3. Инструменты для планирования и автоматизации (Trello, Google Календарь) (практика).	-	2	18.05	
104.	Занятие 4. Инструменты для планирования и автоматизации (Trello, Google Календарь) (практика).	-	2	19.05	
Модуль 7. Итоговый практикум					
Тема 7.1. Запуск и ведение реальных проектов студенческого медиа.		4	4		
105.	Занятие 1. Запуск и ведение реальных проектов студенческого медиа (теория).	2	-	20.05	
106.	Занятие 2. Запуск и ведение реальных проектов студенческого медиа (теория).	2	-	25.05	
107.	Занятие 3. Запуск и ведение реальных проектов студенческого медиа (практика).	-	2	26.05	
108.	Занятие 4. Запуск и ведение реальных проектов студенческого медиа (практика).	-	2	27.05	
Итого за II полугодие: 60 занятий, 120 часов					
Итого: 108 занятий, 216 часов					

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ

Рабочая программа воспитания разработана в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (в редакции Федерального закона от 31.07.2020 № 304-ФЗ), Основами государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей (Указ Президента РФ от 09.11.2022 № 809).

Цель воспитания: формирование у обучающихся активной гражданской позиции, ответственного отношения к информации и созданию медиаконтента, уважения к истории, культуре и традициям России и Санкт-Петербурга.

Задачи воспитания:

- воспитывать гражданственность и патриотизм через освещение памятных дат и событий страны, города и колледжа;
- формировать медиаграмотность, ответственность за публикуемую информацию, уважение к авторскому праву и журналистской этике;
- развивать социальную активность, лидерские качества и умение работать в команде редакции;
- способствовать профессиональному самоопределению в сфере медиа и коммуникаций.

Направления воспитательной работы: гражданско-патриотическое; духовно-нравственное; приобщение к культурному наследию; трудовое воспитание и профессиональное самоопределение; формирование культуры безопасного поведения в цифровой среде.

Формы и методы: подготовка медиапроектов к памятным датам, интервью с ветеранами, участниками специальной военной операции, выпускниками и преподавателями колледжа, медиасопровождение мероприятий, конкурсы студенческих СМИ, редакционные планёрки, наставничество, поощрение, личный пример педагога.

Планируемые результаты воспитания: обучающиеся проявляют активную гражданскую позицию, ответственно относятся к созданию и распространению информации, участвуют в жизни колледжа, района и города, работают в команде.

Календарный план воспитательной работы

№	Мероприятие	Направление	Сроки
1	Формирование редакции, знакомство с правилами медиаэтики и цифровой безопасности	трудовое, цифровая безопасность	сентябрь
2	Медиапроект ко Дню учителя (интервью с преподавателями колледжа)	духовно-нравственное	октябрь
3	Медиапроект ко Дню народного единства	гражданско-патриотическое	ноябрь
4	Освещение Дня колледжа и новогодних мероприятий, промежуточная презентация проектов	трудовое	декабрь
5	Медиапроект ко Дню полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады	гражданско-патриотическое	январь
6	Интервью и материалы ко Дню защитника Отечества (участники СВО, ветераны, выпускники)	гражданско-патриотическое	февраль

7	Медиапроект к Международному женскому дню, открытое занятие для родителей	духовно- нравственное	март
8	Участие в конкурсе (фестивале) студенческих СМИ	профессиональное самоопределение	апрель
9	Медиапроект ко Дню Победы, итоговая защита проектов	гражданско- патриотическое	май

МЕТОДИЧЕСКИЕ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Методические материалы

В процессе реализации программы применяются: проектный метод (сквозной проект - медиаресурс колледжа); кейс-метод (разбор материалов студенческих и профессиональных СМИ); игровые технологии и деловые игры (редакционная планёрка, пресс-конференция); практикумы и мастер-классы; технология развития критического мышления (факт-чекинг, анализ источников); наставничество (опытные участники редакции сопровождают новичков); информационно-коммуникационные технологии (графические и видеоредакторы, социальные сети).

Методы обучения: словесные (объяснение, беседа, дискуссия), наглядные (показ, демонстрация примеров публикаций, видеоуроки), практические (практикумы, создание медиапродукта, упражнения с разбором ошибок). Методы воспитания: беседа, пример, поручение, воспитывающая ситуация, поощрение, соревнование.

Дидактические средства и электронные образовательные ресурсы: презентации к темам, шаблоны контент-плана и «Карты медиапространства», чек-листы проверки материалов, примеры публикаций, видеоуроки по монтажу, сервисы Canva и CapCut, аккаунты колледжа в социальных сетях.

Информационные источники

Список литературы для использования педагогом:

1. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / А. В. Колесниченко. - Москва : Издательство Московского университета, 2022. - 192 с. - ISBN 978-5-19-011635-9.
2. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста : учебник / Г. В. Лазутина. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0612-3.
3. Лэнгфорд, М. Искусство фотографии. Самое полное руководство / М. Лэнгфорд, А. Фокс, Р. С. Смит. - 9-е изд. - Москва : Эксмо, 2015. - 464 с.
4. Огилви, Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. - 6-е изд. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 304 с.
5. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики : учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров. - 8-е изд., испр. - Москва : Аспект Пресс, 2011. - 351 с. - ISBN 978-5-7567-0615-4.
6. Солдатова, Г. У. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г. У. Солдатова, Т. А. Нестик, Е. И. Рассказова, Е. Ю. Зотова. - Москва : Фонд Развития Интернет, 2013. - 144 с.
7. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учебное пособие для вузов / А. А. Тертычный. - 6-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0875-2.
8. Фёдоров, А. В. Медиаобразование: история, теория и методика / А. В. Фёдоров. - Ростов-на-Дону : ЦВВР, 2001. - 708 с. - ISBN 5-94153-011-0.

Список литературы для обучающихся и родителей:

1. Ильяхов, М. О. Пиши, сокращай : как создавать сильный текст / М. О. Ильяхов, Л. Сарычева. - 3-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 440 с. - ISBN 978-5-9614-6526-6.
2. Каптерев, А. Мастерство презентации : как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 336 с. - ISBN 978-5-00117-441-7.
3. Симмонс, А. Сторителлинг : как использовать силу историй / А. Симмонс. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 270 с. - ISBN 978-5-91657-507-1.

4. Уильямс, Р. Дизайн. Книга для недизайнеров / Р. Уильямс. - 4-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 240 с. - ISBN 978-5-4461-1127-5.

Интернет – ресурсы:

1. Stepik : образовательная платформа. - URL: <https://stepik.org> (дата обращения: 07.10.2026).
2. Лекториум : просветительский проект. - URL: <https://www.lektorium.tv> (дата обращения: 07.10.2026).
3. Arzamas : просветительский проект. - URL: <https://arzamas.academy> (дата обращения: 07.10.2026).
4. Canva для образования. - URL: https://www.canva.com/ru_ru/obrazovanie/ (дата обращения: 07.10.2026).
5. Sostav.ru : медиа о рекламе и маркетинге. - URL: <https://www.sostav.ru> (дата обращения: 07.10.2026).
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 07.10.2026).

Оценочные материалы

Для отслеживания результативности образовательной деятельности по программе «Медиа ШУМ» проводятся:

- входной контроль (сентябрь, первые занятия) - собеседование и практическое задание для выявления исходного уровня медиаграмотности и интересов обучающихся;
- текущий контроль - по каждой теме: выполнение практических заданий (пост, фотосерия, видеоролик, дизайн-макет), тестирование, опрос, самоанализ и анализ работ других обучающихся;
- промежуточная аттестация (декабрь) - защита мини-проекта по итогам I полугодия (ведение тематического блока, разработка направления в медиа);
- итоговая аттестация (май) - защита итогового медиапроекта: комплект материалов (текст, фото, видео, дизайн) для студенческого медиа колледжа, материалы для конкурсов, освещение мероприятий колледжа, района, города.

Формы фиксации результатов: оценочные листы практических работ, карта прогресса, карта самооценки, портфолио публикаций, протоколы конкурсов, дипломы и грамоты.

1. Критерии оценки практических работ по шкале от 1 до 5 баллов:

- техническое качество (соответствие стандартам),
- креативность и оригинальность,
- соответствие заданию,
- соблюдение сроков,
- самоанализ и рефлексия.

2. Чек-листы для самопроверки:

Для текстовых материалов:

- соответствие теме и целям,
- грамотность и стилистическое единство,
- наличие структуры (заголовок, введение, основная часть, заключение),
- достоверность информации,
- присутствие авторской позиции.

Для визуального контента:

- качество композиции,
- соответствие цветовой палитре бренда,
- читаемость текстовых элементов,
- техническое качество изображения,
- единство стиля с другими материалами.

Рубрики для оценки практических работ:

Критерий	0-2 балла	3-4 балла	5 баллов
Техническое исполнение	Много ошибок	Незначительные недочеты	Безупречное исполнение
Креативность	Шаблонное решение	Оригинальные элементы	Уникальный творческий подход
Соответствие цели	Не отвечает целям	Частично соответствует	Полностью соответствует
Работа в команде	Пассивное участие	Активное участие	Лидерская роль

Карта самооценки обучающегося:

1. Я понимаю цели и задачи проекта: ☐ Да ☐ Частично ☐ Нет
2. Я внес значительный вклад в работу: ☐ Да ☐ Частично ☐ Нет
3. Я освоил новые навыки: ☐ Да ☐ Частично ☐ Нет
4. Я могу применить эти знания в будущем: ☐ Да ☐ Частично ☐ Нет

Итоговая оценка уровня освоения программы (сумма баллов в процентах от максимально возможной):

- менее 50 % - низкий уровень;
- от 50 до 79 % - средний уровень;
- от 80 до 100 % - высокий уровень.

Карта прогресса:

- Модуль 1: ☐ Не начат ☐ В процессе ☐ Завершен
- Модуль 2: ☐ Не начат ☐ В процессе ☐ Завершен
- Модуль 3: ☐ Не начат ☐ В процессе ☐ Завершен
- Модуль 4: ☐ Не начат ☐ В процессе ☐ Завершен
- Модуль 5: ☐ Не начат ☐ В процессе ☐ Завершен
- Модуль 6: ☐ Не начат ☐ В процессе ☐ Завершен
- Модуль 7: ☐ Не начат ☐ В процессе ☐ Завершен