

УТВЕРЖДЕН
приказом ДТДиМ
от 30.05.2023 г. № 307-ОД

Календарно – тематический план
по дополнительной общеразвивающей программе
Видеостудия «Ценные Кадры»
2-ого года обучения, группа № 207-Т 2023/2024 учебный год

№ те-мы	Наименование тем программы и тем за-нятий	Кол-во часов			Число и месяц занятия
		всего	теория	практика	
1.	Социальные медиа. Знакомство с информационными платформами				
	Новые виды взаимодействия в сети Интернет. Понятие социальные медиа.	2	2	-	04.09.23
	Выбор платформы для информационной деятельности.	2	2	-	05.09.23
	Онлайн сервисы для оформления каналов. Основы дизайна для оформления каналов.	2	2	-	07.09.23
	Особенности работы социальной сети Вконтакте. Основные настройки, возможности. Алгоритм работы социальной сети.	2	2	-	11.09.23
	Отличия тематических сообществ, организаций, групп по интересам, публичных страниц и мероприятий.	2	2	-	12.09.23
	Новый формат – Reels, правила создания.	2	2	-	14.09.23
	Создание своей группы в социальной сети Вконтакте.	2	-	2	18.09.23
	Оформление группы. Создание макета. Стилистические решения для оформления группы.	2	-	2	19.09.23
	Создание баннера, аватара и миниатюры в Adobe Photoshop. Заполнение информации: название, основное описание.	2	-	2	21.09.23
	Настройка разделов. Оформление меню. Создание обсуждений.	2	-	2	25.09.23
	Подключение дополнительных приложений для группы.	2	-	2	26.09.23
	Разработка контент-плана группы Вконтакте.	2	-	2	28.09.23
	Платформа Яндекс.Дзен. Структура, возможности, алгоритм работы. Уникальность платформы.	2	2	-	02.10.23
	Издательская деятельность и создание своего канала. Особенности написания статей для платформы Яндекс.Дзен.	2	2	-	03.10.23
	Создание канала на Яндекс.Дзен.	2	-	2	05.10.23
	Анализ схожих тематических блогов. Выявление уникальности своей идеи.	2	-	2	09.10.23
	Оформление канала. Написание первой статьи с прикреплением фото, видео и цитат.	2	-	2	10.10.23
	Использование Яндекс форм для составления опросов и анкет.	2	2	-	12.10.23
	Применение опросов и анкет – как формы обратной связи.	2	2	-	16.10.23
	Первичное анкетирование целевой аудито-	2	-	2	17.10.23

	рии. Составление вопросов для анкет.				
	Создание анкет с помощью ресурса Яндекс.Формы. Распространение анкет. Обработка итогов анкетирования.	2	-	2	19.10.23
	Изучение мессенджеров Telegram и WhatsApp. Отличия и возможности мессенджеров.	2	2	-	23.10.23
	Использование WhatsApp для рассылок. Создание групп и своего канала в Telegram.	2	2	-	24.10.23
	Особенности распространения контента в Telegram. Поиск каналов-партнеров в Telegram.	2	2	-	26.10.23
	Мессенджер WhatsApp. Создание группы. Оформление рассылки.	2	-	2	30.10.23
	Мессенджер Telegram. Создание и оформление своего канала.	2	-	2	31.10.23
	Выбор тематики. Анализ схожих тематических каналов.	2	-	2	02.11.23
	Настройка обсуждения внутри канала. Использование опросов для обратной связи.	2	-	2	07.11.23
	Видеохостинг Youtube. Создание своего канала.	2	2	-	09.11.23
	Изучение творческой видеостудии. Возможности онлайн редактирования на канале.	2	2	-	13.11.23
	Форматы и жанры видеороликов.	2	2	-	14.11.23
	Современные тренды в социальных медиа.	2	2	-	16.11.23
	Сторонние ресурсы для создания видеороликов онлайн.	2	2	-	20.11.23
	Создание канала на Youtube. Оформление баннера, аватара, логотипа.	2	-	2	21.11.23
	Разработка заставки и концовки. Добавление активных ссылок внутри ролика.	2	-	2	23.11.23
	Публикация и распространение ролика.	2	-	2	27.11.23
2.	Продвижение медиа продуктов в социальных сетях				
	Влияние социальных изменений на продвижение контента.	2	2	-	28.11.23
	Механизм распространения информационных продуктов в социальных сетях.	2	2	-	30.11.23
	Влияние дизайна медиапродукта на его продвижение.	2	2	-	04.12.23
	Понятие «уникального» контента, как основы для эффективного продвижения.	2	2	-	05.12.23
	Правила привлечения аудитории в сообщество в социальных сетях.	2	2	-	07.12.23
	Социальное партнерство – как основа продвижения идеи.	2	2	-	11.12.23
	Метрика в социальных сетях.	2	-	2	12.12.23
	Показатели в группах: прирост подписчиков, охват аудитории.	2	-	2	14.12.23
	Коэффициент вовлеченности к посту.	2	-	2	18.12.23
	Инструменты продвижения в социальных сетях.	2	-	2	19.12.23
	Выработка идей контента для социальных сетей.	2	-	2	21.12.23
	Методы курирования контента.	2	-	2	25.12.23
	Описание целевой аудитории. Управление репутацией в социальных сетях.	2	-	2	26.12.23
	Работа с приглашениями целевых пользова-	2	-	2	28.12.23

	телей.				
	Наполнение группы качественным контентом.	2	-	2	09.01.24
	Контент-планирование.	2	-	2	11.01.24
	Организация обратной связи с целевой аудиторией.	2	-	2	15.01.24
	Оценка результативности СММ продвижения в сетях.	2	-	2	16.01.24
3.	Создание и ведение блогов и влогов				
	Отличительные особенности блогов и влогов. Разбор понятий.	2	2	-	18.01.24
	Виды блогов и влогов.	2	2	-	22.01.24
	Выбор направленности влога и блога, выработка своего стиля.	2	-	2	23.01.24
	Создание сценария для ведения блога и влога.	2	-	2	25.01.24
	Принципы построения сценария для блогов и влогов.	2	2	-	29.01.24
	Правила ведения блога и влога. Описание целевой аудитории.	2	2	-	30.01.24
	Описание ресурсов по ведению блогов и влогов.	2	2	-	01.02.24
	Роль ведущего во влоге.	2	2	-	05.02.24
	Форматы съемки видео для влога.	2	-	2	06.02.24
	Анализ контента и целевой аудитории	2	-	2	08.02.24
	Студийная съемка влога с ведущим. Подготовка.	2	-	2	12.02.24
	Съемочный процесс. Съёмка видеоблога на заданную тему.	2	-	2	13.02.24
	Самостоятельная съемка влога на заданную тематику.	2	-	2	15.02.24
	Стилистические особенности написания постов для блога.	2	2	-	19.02.24
	Способы вовлечения пользователей и подписчиков.	2	2	-	20.02.24
	Варианты взаимодействия с наработанной базой пользователей.	2	2	-	22.02.24
	Создание своей библиотеки информации для постоянного ведения блога.	2	-	2	26.02.24
	Ведение беседы в видеоблоге.	2	-	2	27.02.24
	Настройка аналитических сервисов для обратной связи.	2	-	2	29.02.24
	Размещение материалов на соответствующих ресурсах.	2	-	2	04.03.24
	Выполнение индивидуальных и групповых проектов.	2	-	2	05.03.24
4.	Создание брендов				
	Основные понятия брендинга. Понятие «Бренд».	2	2	-	07.03.24
	Создание и позиционирование уникального «лица» компании, проекта или явления.	2	2	-	11.03.24
	Определение целевой аудитории.	2	2	-	12.03.24
	Описание целевой аудитории по ряду параметров.	2	-	2	14.03.24
	Сравнение по лояльности к бренду разных поколений.	2	-	2	18.03.24
	Мозговой штурм по методике «Теневой штурм».	2	-	2	19.03.24
	Создание бренда (графическое).	2	2	-	21.03.24
	Создание концепции айдентики.	2	2	-	25.03.24
	Разработка визуальной идентификации	2	2	-	26.03.24

	бренда и всех составляющих фирменного стиля.				
	Создание Brand-book.	2	-	2	28.03.24
	Создание простейших рекламных продуктов для конкретного выбранного бренда.	2	-	2	01.04.24
	Создание презентаций бренда.	2	-	2	02.04.24
5.	Основы кинопроизводства				
	Эпоха немого кино.	2	2	-	04.04.24
	История кинематографа.	2	2	-	08.04.24
	Выявление особенностей целевой аудитории в разные эпохи	2	-	2	09.04.24
	Определение сфер влияния кинематографа в разные эпохи.	2	-	2	11.04.24
	Цветное кино. Виды кинематографа	2	2	-	15.04.24
	Художественное и документальное кино.	2	2	-	16.04.24
	Короткометражное кино.	2	2	-	18.04.24
	Критерии качественного кино. Кинокритики.	2	2	-	22.04.24
	Кинофестивали и кинопремии. Критерии оценки.	2	-	2	23.04.24
	Производственный цикл создания фильма.	2	2		25.04.24
	Разбор технических особенностей съемки кино.	2	-	2	27.04.24
	Кодекс Хейса – один из примеров критериев выпуска кино на широкие массы.	2	-	2	02.05.24
	Роль продюсера.	2	2	-	06.05.24
	Функционал группы при подготовке и на съемочной площадке.	2	2	-	07.05.24
	Профессии кинематографа.	2	-	2	13.05.24
	Технологические этапы современного кинопроизводства.	2	-	2	14.05.24
	Создание короткометражного фильма «от и до». Съемочный период.	2	-	2	16.05.24
	Монтажный период.	2	-	2	20.05.24
	Озвучивание готового фильма.	2	-	2	21.05.24
	Кинематографические школы.	2	-	2	23.05.24
	Понятие «Питчинг». Подготовка к питчингу.	2	-	2	27.05.24
Итого		216	96	120	