

Государственное бюджетное учреждение дополнительного образования  
Дворец творчества детей и молодежи Колпинского района Санкт-Петербурга

УТВЕРЖДЕНА  
приказом ДТДиМ  
от 30.05.2023 г. № 307-ОД

Рабочая программа  
по дополнительной общеразвивающей программе

### **Видеостудия «Ценные Кадры»**

Второй год обучения

Срок освоения – 1 год  
Возраст учащихся – 11-15 лет

Разработчик(и):  
Нехаенко Ксения Альбертовна,  
педагог дополнительного образования

## **Особенности организации образовательного процесса второго года обучения**

На втором году обучения происходит погружение в практические задания и проектную деятельность. Формируется распределенная работа по темам, командная работа и обучение по принципу «сверстник-сверстнику».

**Наполняемость учебных групп** на втором году обучения составляет 12 человек.

**Сроки реализации программы** 2 года обучения 216 часов.

### **Режим занятий**

216 часов, 6 часов в неделю.

### **Условия набора и формирования групп второго года обучения**

Принимаются учащиеся образовательных учреждений района и города, имеющие базовые знания в медиасфере. Программа предназначена для учащихся в возрасте 11 - 15 лет, без специальных технических навыков.

## **Задачи второго года обучения**

### **Обучающие:**

1. Обучить навыкам анализа социальной ситуации и развитие способностей к выявлению и выбору общественно полезной информации;
2. Сформировать представление о необходимости анализа контента;
3. Сформировать знания о механизмах перехода на потребление развивающего контента (выход из деструктивных групп, поиск и распространение созидательных медиапродуктов, способствующих самообразованию, творчеству, целостному развитию личности).
4. Сформировать потребность создавать созидательный контент: полезные лайфхаки, развивающие игры, общественно полезные интернет-проекты.
5. Обучать основам социального проектирования, через создание тематических сообществ в социальных сетях.

### **Развивающие:**

1. Развивать познавательную активность и способность к самостоятельному поиску знаний.
2. Развивать аналитическое мышление.
3. Развивать лидерские качества обучающихся.
4. Развивать навыки осуществлять обработку информации и пространственно моделировать задачу или ситуацию.
5. Развивать техническое мышление.

### **Воспитательные:**

1. Дать представление о необходимости самостоятельного формирования здоровой безопасной информационной среды для развития личности, общества и государства;
2. Воспитывать способность взаимодействовать в коллективе, доводить начатое дело до конца, работать и правильно вести себя.
3. Воспитывать коммуникативные навыки, умения общаться в коллективе, стремление к искренности и открытости во взаимоотношениях между людьми.
4. Воспитывать эстетический вкус за счет использования профессиональных компьютерных программ, технологий мультимедиа.
5. Воспитывать навыки работы в команде.

## Содержание второго года обучения

### Тема «Социальные медиа. Знакомство с информационными платформами»

Теория 36 часа

1. Новые виды взаимодействия в сети Интернет. Понятие социальные медиа.
2. Выбор платформы для информационной деятельности.
3. Онлайн сервисы для оформления каналов. Основы дизайна для оформления каналов.
4. Особенности работы социальной сети Вконтакте. Основные настройки, возможности. Алгоритм работы социальной сети.
5. Отличия тематических сообществ, организаций, групп по интересам, публичных страниц и мероприятий.
6. Новый формат – Reels, правила создания.
7. Платформа Яндекс.Дзен. Структура, возможности, алгоритм работы. Уникальность платформы.
8. Издательская деятельность и создание своего канала. Особенности написания статей для платформы Яндекс.Дзен.
9. Использование Яндекс форм для составления опросов и анкет.
10. Применение опросов и анкет – как формы обратной связи.
11. Изучение мессенджеров Telegram и WhatsApp. Отличия и возможности мессенджеров.
12. Использование WhatsApp для рассылок. Создание групп и своего канала в Telegram.
13. Особенности распространения контента в Telegram. Поиск каналов-партнеров в Telegram.
14. Видеохостинг Youtube. Создание своего канала.
15. Изучение творческой видеостудии. Возможности онлайн редактирования на канале.
16. Форматы и жанры видеороликов.
17. Современные тренды в социальных медиа.
18. Сторонние ресурсы для создания видеороликов онлайн.

Практика 36 часов

1. Создание своей группы в социальной сети Вконтакте.
2. Оформление группы. Создание макета. Стилистические решения для оформления группы.
3. Создание баннера, аватара и миниатюры в Adobe Photoshop. Заполнение информации: название, основное описание.
4. Настройка разделов. Оформление меню. Создание обсуждений.
5. Подключение дополнительных приложений для группы.
6. Разработка контент-плана группы Вконтакте.
7. Создание канала на Яндекс.Дзен.

8. Анализ схожих тематических блогов. Выявление уникальности своей идеи.
9. Оформление канала. Написание первой статьи с прикреплением фото, видео и цитат.
10. Первичное анкетирование целевой аудитории. Составление вопросов для анкет.
11. Создание анкет с помощью ресурса Яндекс.Формы. Распространение анкет. Обработка итогов анкетирования.
12. Мессенджер WhatsApp. Создание группы. Оформление рассылки.
13. Мессенджер Telegram. Создание и оформление своего канала.
14. Выбор тематики. Анализ схожих тематических каналов.
15. Настройка обсуждения внутри канала. Использование опросов для обратной связи.
16. Создание канала на Youtube. Оформление баннера, аватара, логотипа.
17. Разработка заставки (Intro) и концовки (Outro). Добавление активных ссылок внутри ролика.
18. Публикация и распространение ролика.

### **Тема «Основы продвижения медиа продуктов в социальных сетях»**

Теория 12 часов

1. Влияние социальных изменений на продвижение контента.
2. Механизм распространения информационных продуктов в социальных сетях.
3. Влияние дизайна медиапродукта на его продвижение.
4. Понятие «уникального» контента, как основы для эффективного продвижения.
5. Правила привлечения аудитории в сообщество в социальных сетях.
6. Социальное партнерство – как основа продвижения идеи.

Практика 24 часа

1. Настройка метрики в социальных сетях.
2. Анализ показателей в группах: прирост подписчиков, количество отписок, охват аудитории — пользователи, просмотревшие записи сообщества на стене или в ленте новостей.
3. Разбор коэффициентов вовлеченности: к посту, к охвату, комментариям.
4. Использование инструментов продвижения в социальных сетях.
5. Выработка идей контента для социальных сетей.
6. Использование методов курирования контента: пассивный репостинг, резюмирование, цитирование, создание тематических подборок.
7. Описание целевой аудитории. Управление репутацией в социальных сетях.
8. Работа с приглашениями целевых пользователей.
9. Наполнение группы качественным контентом.
10. Контент-планирование.

11. Организация обратной связи с целевой аудиторией.
12. Оценка результативности СММ продвижения в сетях.

### **Тема «Основы создания и ведения блогов и влогов»**

Теория 18 часов

1. Отличительные особенности блогов и влогов. Разбор понятий.
2. Виды блогов и влогов.
3. Принципы построения сценария для блогов и влогов.
4. Правила ведения блога и влога. Описание целевой аудитории.
5. Описание ресурсов по ведению блогов и влогов.
6. Роль ведущего во влоге.
7. Стилистические особенности написания постов для блога.
8. Способы вовлечения пользователей и подписчиков.
9. Варианты взаимодействия с наработанной базой пользователей.

Практика 24 часа

1. Выбор направленности влога и блога, выработка своего стиля.
2. Создание сценария для ведения блога и влога.
3. Разбор форматов съемки видео для влога.
4. Анализ контента и целевой аудитории.
5. Студийная съемка влога с ведущим. Подготовка.
6. Съёмочный процесс. Съёмка видеоблога на заданную тему.
7. Самостоятельная съемка влога на заданную тематику.
8. Создание своей библиотеки информации для постоянного ведения блога.
9. Ведение беседы в видеоблоге.
10. Настройка аналитических сервисов для обратной связи.
11. Размещение материалов на соответствующих ресурсах.
12. Выполнение индивидуальных и групповых проектов.

### **Тема «Создание брендов»**

Теория 12 ч.

1. Основные понятия брендинга. Понятие «Бренд».
2. Создание и позиционирование уникального «лица» компании, проекта или явления.
3. Определение целевой аудитории.

4. Создание бренда (графическое).
5. Создание концепции айдентики.
6. Разработка визуальной идентификации бренда и всех составляющих фирменного стиля.

Практика 12 ч.

1. Описание целевой аудитории по ряду параметров. Ориентация на возрастные характеристики, гендерные признаки, интересы целевой аудитории.
2. Сравнение по лояльности к бренду разных поколений.
3. Описание поколения «Z», создание различных графических брендов исходя из психологических аспектов при восприятии.
4. Мозговой штурм по методике «Теневой штурм».
5. Оформление единой идеи в графическом виде с описанием.
6. Создание Brand-book и детализированной инструкции, в которой прописаны все правила эффективного, объемного применения элементов бренда в различных сферах внутренних и внешних коммуникаций.
7. Создание простейших рекламных продуктов для конкретного выбранного бренда.
8. Создание презентаций бренда.

### **Тема «Основы кинопроизводства»**

Теория 18 часов

1. Эпоха немого кино.
2. История кинематографа
3. Цветное кино. Новый этап Виды кинематографа
4. Художественное и документальное кино.
5. Короткометражное кино.
6. Критерии качественного кино. Кинокритики.
7. Производственный цикл создания фильма. Знакомство с этапами цикла создания фильма с позиции организатора. Проектирование (development). Предварительная подготовка (pre-production). Съемки (production). Пост-производство (post-production). Распространение (sale). Визуальное планирование сцен перед съёмкой.
8. Роль продюсера.
9. Функционал группы при подготовке и на съемочной площадке.

Практика 24 часа

1. Выявление особенностей целевой аудитории в разные эпохи.
2. Определение сфер влияния кинематографа в разные эпохи.
3. Разбор технических особенностей съемки кино.
4. Анализ кинофестивалей и кинопремий. Критерии оценки.

5. Использование Кодекса Хейса – один из примеров критериев выпуска кино на широкие массы.
6. Разбор профессий кинематографа.
7. Практическое применение технологических этапов современного кинопроизводства.
8. Создание короткометражного фильма «от и до». Съёмочный период.
9. Применение монтажного периода.
10. Озвучивание готового фильма.
11. Изучение кинематографических школ.
12. Подготовка к питчингу, разбор понятия.

### **Планируемые результаты второго года обучения**

Реализация концептуальных идей развития дополнительного образования, учащихся предполагает достижение каждым учащимся личностных, предметных и метапредметных результатов освоения дополнительных общеразвивающих программ.

#### **Личностные результаты:**

1. Знать и разбираться в киберугрозах современности в контексте скрытой пропаганды «культа смерти» в молодежной среде и способах противодействия им
2. Уметь самостоятельно формировать здоровую безопасную информационную среду для развития личности, общества и государства
3. Уметь взаимодействовать в коллективе, доводить начатое дело до конца, работать и правильно вести себя
4. Уметь реализовывать свою потребность в здоровом образе жизни, в регулярных занятиях спортом
5. Уметь общаться в коллективе, стремиться к искренности и открытости во взаимоотношениях между людьми
6. Знать и уметь использовать эстетический вкус за счет применения профессиональных компьютерных программ, технологий мультимедиа

#### **Метапредметные результаты:**

##### **Ценностно-смысловые:**

- иметь способность видеть, понимать и анализировать окружающий мир;
- иметь потребность стремиться к созидательной деятельности;
- иметь ценностные ориентиры, направленные на традиционную русскую культуру;
- овладеть навыками высоконравственного подхода в принятии решений

##### **Учебно-познавательные, информационные:**

- уметь отличать правду от домысла;
- владеть навыками метрологии;
- уметь самостоятельно и изучать добывать информацию познавательного характера

##### **Коммуникативные:**

- уметь слушать и слышать друг друга в различных видах совместной коллективно-творческой деятельности;

- уметь с достаточной полнотой и точностью выражать свои мысли в соответствии с задачами и условиями коммуникации в различных видах деятельности;
- владеть разными видами монолога и диалога;
- уметь создавать и представлять презентации, самопрезентации различных типов;
- уметь выступать перед сверстниками с небольшими сообщениями, докладами;
- уметь оценивать свою речь с точки зрения её содержания, языкового оформления; совершенствовать и редактировать собственные тексты.

**Предметные результаты:**

- знать основы сценаристики;
- знать основы репортерского мастерства;
- знать основы работы с целевой аудиторией;
- знать основы организации проектной деятельности;
- уметь брать интервью;
- уметь составлять сценарии;
- выявлять целевую аудиторию под определенный медиа контент.