

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ЛИЦЕЙ №329 НЕВСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Принято на заседании
Педагогического Совета
Образовательного учреждения
ГБОУ лицея №329
Протокол №1
от 29 августа 2025 года

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБОУ лицея №329
О. А. Беляева
Приказ №54 от 29.08.2025 года

Дополнительная общеразвивающая программа

Школьные медиа

Срок освоения: 1 год

Возраст обучающихся: 14-17 лет

Разработчик: Холистов Дмитрий Сергеевич,
педагог дополнительного образования

Пояснительная записка

Дополнительная общеразвивающая программа имеет социально-педагогическую (социально-гуманитарную) направленность.

Адресат программы – адресована учащимся в возрасте 14-17 лет

Актуальность программы:

Изменение информационной структуры общества требует нового подхода к формам работы с детьми. Получили новое развитие средства информации: глобальные компьютерные, телевидение, радио, мобильные информационные технологии должны стать инструментом для познания мира и осознания себя в нём, а не просто средством для получения удовольствия от компьютерных игр и «скачивания» тем для рефератов из Интернета.

Наиболее оптимальной формой организации деятельности является создание школьного Медиацентра, где проходит изучение всей совокупности средств массовой коммуникации и овладение разносторонними процессами социального взаимодействия. Здесь отрабатывается авторская позиция ученика, возможность её корректировки в общепринятой культурной норме, создание условий для информационно-нравственной компетенции учащихся, самоутверждения и становления личностной зрелости подростка. Школьный медиацентр — это возможность максимального раскрытия творческого потенциала ребенка. Работа над созданием медиапродукта позволяет проявить себя, попробовать свои силы в разных видах деятельности – от гуманитарной до технической. И, конечно же, показать публично результаты своей работы.

Уровень освоения программы: общекультурный.

Объём программы: 72 часа

Срок освоения программы: 1 год.

Отличительные особенности программы: программа носит практико-ориентированный характер. В процессе изучения курса обучающиеся создадут ряд медиапродуктов, которые будут транслироваться по школьным каналам вещания.

Цель программы: формирование у обучающихся базовых компетенций в области современных медиатехнологий через создание медиапродуктов.

Задачи:

Обучающие:

- приобретение базовых знаний и умений в области создания медиаконтента;

Развивающие:

- формирование умения организовать собственную деятельность,

осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, анализировать результат;

- реализация творческого потенциала учащихся;
- развитие коммуникативных навыков и умений

Воспитательные:

- формирование умения выявлять социально значимые события для жизни школы, города и страны;

Планируемые результаты освоения программы

Результат	
Предметные	Приобретут базовые знания и умения в области создания медиаконтента
Метапредметные	Сформированы умения организовать собственную деятельность, осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, анализировать результат;
	Реализован творческого потенциала учащихся;
	Развиты коммуникативных навыков и умений
Личностные	Сформировано умение выявлять социально значимые события для жизни школы, города и страны;

Организационно-педагогические условия реализации программы

Язык реализации программы: русский язык.

Форма обучения: очная

Особенности реализации программы: программа носит практико-ориентированный характер. Реализуется через создание и трансляцию медиаконтента по школьной системе вещания.

Условия набора и формирования групп: все желающие, заинтересованные в приобретении знаний в области журналистики и медиа производства по итогам предварительного собеседования.

Количество учащихся в группе: 15 человек.

Формы организации занятий: групповая и индивидуальная формы работы. Занятия могут проходить как очно, так и удалённо.

Формы проведения занятий: лекция, ролевая игра, семинар

Формы организации деятельности учащихся на занятии: групповая и индивидуальная.

Материально-техническое оснащение: Школьный класс, оборудованный необходимым количеством персональных компьютеров, на которых установлен пакет программ для работы с текстовыми, фото-, аудио- и видеофайлами. Помещение и аппаратура для аудио и видео записи.

Учебный план

№ п/п	ТЕМА	Количество часов			Форма контроля/аттестаци и
		Всего	Теория	Практик а	
1.	Базовые понятия медиасферы	3	2	1	Прохождение анкетирования
2.	История развития технологий в медиасфере. Их современное состояние	1	1	0	Проведение опроса
3.	Специфика работы современных медиакомпаний	4	2	2	Выбор темы и составление плана реализации проекта
4.	Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории	5	2	3	Подготовка и проведение опроса среди одноклассников с целью выявить их интересы
5.	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	5	3	2	Составления официального анонса школьного мероприятия
6.	Реклама как особый вид медиапродукции	5	2	3	Создание сценария для видеоролика, рекламирующего школьное мероприятие
7.	Производство печатной продукции. Понятие	7	2	5	Подготовка статьи для школьной газеты

	графического дизайна				
8.	Производство фотопродукции	7	2	5	Выбор темы и подготовка фоторепортажа
9.	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	7	2	5	Создание видеоролика
10.	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	7	2	5	Создание аудиоподкаста
11.	Интернет-технологии	6	2	4	Создание статьи с использованием нейросетей
12.	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	6	2	4	Создание текста поста для социальной сети «ВКонтакте»
13.	Производство медиаконтента и презентация проекта	9	0	9	Подготовка итогового отчет по деятельности школьных СМИ за текущий учебный год
	Итого:	72	24	48	

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ЛИЦЕЙ №329 НЕВСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ПРИНЯТ

Решением педагогического совета
ГБОУ лицей №329
Невского района Санкт-Петербурга
от __.__.20__ протокол №__

УТВЕРЖДЕН

Приказом директора ГБОУ лицей №329
Невского района Санкт-Петербурга
_____. О.А.Беляева
от __.__.20__ №__

Календарный учебный график
к дополнительной общеразвивающей программы
«Школьные медиа» на 2025-2026 уч. год

Разработчик: Холистов Дмитрий Сергеевич, педагог
дополнительного образования

Год обучения	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество о учебных недель	Количество о учебных дней	Количество о учебных часов	Режим занятий
1 год	9 сентября	31 мая	36	72	72	2 раза в неделю по 1 часу. 1 час равен 45 минутам

Рабочая программа

Задачи:

Обучающие:

- приобретение базовых знаний и умений в области создания медиаконтента;

Развивающие:

- формирование умения организовать собственную деятельность, осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, анализировать результат;
- реализация творческого потенциала учащихся;
- развитие коммуникативных навыков и умений

Воспитательные:

- формирование умения выявлять социально значимые события для жизни школы, города и страны;

Планируемые результаты освоения программы

Результат	
Предметные	Приобретут базовые знания и умения в области создания медиаконтента
Метапредметные	Сформированы умения организовать собственную деятельность, осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, анализировать результат;
	Реализован творческого потенциала учащихся;
	Развиты коммуникативных навыков и умений
Личностные	Сформировано умение выявлять социально значимые события для жизни школы, города и страны;

Содержание образовательной программы

Раздел 1. Специфика технологий в медиасфере (23 часа)

Тема 1. Базовые понятия медиасферы

Теория (2 часа). Медиа. СМИ. Основные виды СМИ. Основные жанры медиа. Журналистика. Медиапродукт. Радио. Телевидение. Печатные издания.

Практика (1 час). Определение жанров медиапродуктов.

Тема 2. История развития технологий в медиасфере. Их современное состояние

Теория (2 часа). Появление первых газет. Появление радио и телевидения. Теле- и радиовещание в СССР. Телевидение и радио в России в 1990-2000-х гг. Современное состояние СМИ. Современные СМИ и интернет.

Тема 3. Специфика работы современных медиакомпаний

Теория (2 часа). Медиапроект. Виды проектов. Цели медиапроектов. Ресурсы медиапроектов. Классификация медиапроектов. Медиапродукт. Структура медиапродукта. Этапы создания медиапродукта. Формы организации медиапроектов. Сбор обратной связи.

Практика (2 часа). Выбор темы медиапроекта и подготовка плана его реализации с использованием школьных ресурсов.

Тема 4. Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории

Теория (2 часа) Понятие аудитории СМИ. Роль и место аудитории в системе массовых коммуникаций. Типология аудитории СМИ. Структура аудитории в массово-коммуникационных процессах. Количественные характеристики аудитории. Качественные параметры аудитории. Понятие личностной диспозиции. Методы исследования аудитории. Виды опросов. Контент-анализ.

Практика (3 часа). Проведение различных опросов среди подростков и учителей с целью выявить их предпочтения.

Тема 5. Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ

Теория (3 часа) Структура и способы организации современной пресс-службы. Функции и принципы деятельности пресс-службы. Деятельность в кризисной ситуации. Союз журналистов России. Пресс-служба в образовательных учреждениях. Приемы связи пресс-службы с представителями СМИ.

Редакционная коллегия. Функции и содержание редакционной политики. Брендинг и нейминг. Контент-стратегия издания: философия, миссия, манера общения с аудиторией, этика и профессиональные принципы, разделы, рубрики, жанры. Техническая «этика»: фактчекинг и порядок опровержения. Язык издания, типографика, структура публикации, иллюстрации. Верификация и валидация медиаконтента. Редакционные метрики.

Практика (2 часа). Разработка фирменного стиля школьных медиа.

Тема 6. Реклама как особый вид медиапродукции

Теория (2 часа). Понятие рекламы. Функции рекламы. Рекламная коммуникация. Взаимодействие рекламы и СМИ. Типы потребителей. Теория мотивации потребителей. Экономическая и социальная роль рекламы. Формы и жанры рекламы в газетах и журналах, радио, телевидении. Реклама в структуре медиапродуктов. Рекламные возможности интернета.

Практика (3 часа). Разработка рекламного медиапродукта.

Формы контроля (раздел): Прохождение анкетирования, проведение опроса, выбор темы и составление плана реализации проекта, подготовка и проведение опроса среди одноклассников с целью выявить их интересы, составления официального анонса школьного мероприятия, создание сценария для видеоролика, рекламирующего школьное мероприятие

Раздел 2. Основные технологические процессы современного медиапроизводства

Тема 7. Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна

Теория (2 часа). Современные форматы газет и журналов. Понятия формат полосы и формат набора. Использование шрифтов. Создание текста. Элементы оформления. Акцентирование внимания читателя. Верстака. Выходные сведения. Попечатная подготовка. Подбор иллюстраций. Обработка изобразительного материала. Модульная сетка. Использование цвета. Редакция. Принципы отбора материала. Способы печати. Послепечатные процессы: брошюровочные и отделочные. Различия в производстве газет и журналов.

Практика (5 часа). Создание статьи для школьной газеты.

Тема 8. Производство фотопродукции

Теория (2 часа). Фотография как способ коммуникации. Общий, средний и крупный план. Понятие кадра. Композиция. Точка съемки и ракурс. Световой, цветовой и тональный рисунок в фотографии. Документальная съемка. Фоторепортаж.

Практика (5 часов). Подготовка фоторепортажа о школьном событии.

Тема 9. Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания

Теория (2 часа). Работа с камерой. Постановка кадра. Работа с освещением. Нарезка и монтаж видео. Прямой эфир как технология и «эффект присутствия» как природное свойство телевидения. Телевидение в системе средств массовой коммуникации; внедрение видеозаписи (А.М.Понятов/Ампекс) - новые возможности для творчества тележурналистов. Развитие телевизионных технологий в странах мира.

Телевидение эфирное, кабельное, спутниковое. Система отечественного телевидения.

Практика (5 часа). Создание видеоролика на заданную тематику.

Тема 10. Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете

Теория (2 часа) Структура радиопередач. Особенности звукозаписи. Акустика помещений. Особенности работы с микрофоном. Типы вещания. Сетка вещания. Тематическое планирование. Структура радиостанции. Оборудование звукозаписи. Формат радиопередачи. Форматная политика. Темп вещания. Новостные выпуски. Принцип построения выпусков. Прямой эфир. Использование музыки. Джингл. Требования к текстам.

Практика (5 часов). Создание радиопередачи по определенной тематике.

Тема 11. Интернет-технологии

Теория (2 часа). Компьютерное обеспечение эфира. Проблемы цифровизации. Подкастинг. Понятие подкаста. Типология подкастов. Структура подкастов. Производство подкастов. Краудфандинг. Составляющие интернет-пространства. Особенности общения в сети интернет. Размещение медиаконтента в сети интернет. Аудио-хостинги. Видео-хостинги. Эфирное программирование.

Практика (4 часа). Создание аудио- или видео- подкаста по теме.

Тема 12. Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы.

Теория (2 часа). Функции социальных сетей. Портрет пользователя социальной сети. Медиаэтика в социальных сетях. Авторское право в социальных сетях.

Практика (4 часа). Создание поста для социальной сети.

Тема 13. Производство медиаконтента и презентация проекта

Практика (9 часов). Подготовка и проведение цикла радиопередач на школьном радио. Подведение итогов и анализ результатов.

Формы контроля (раздел): Подготовка статьи для школьной газеты, Выбор темы и подготовка фоторепортажа, создание видеоролика, создание аудиоподкаста, создание статьи с использованием нейросетей, создание текста поста для социальной сети «Вконтакте», подготовка итогового отчет по деятельности школьных сми за текущий учебный год,

Календарно-тематический план

№п/п	ТЕМА	Количество часов		Дата занятий	
		Теория	Практика	План	Факт
1.	Базовые понятия медиасферы	1	0	09.09.2025	
	Базовые понятия медиасферы	1	0	11.09.2025	
	Базовые понятия медиасферы	0	1	16.09.2025	
2.	История развития технологий в медиасфере. Их современное состояние	1	0	18.09.2025	
3.	Специфика работы современных медиакомпаний	1	0	23.09.2025	
	Специфика работы современных медиакомпаний	1	0	25.09.2025	
	Специфика работы современных медиакомпаний	0	1	30.10.2025	
	Специфика работы современных медиакомпаний	0	1	02.10.2025	
4.	Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории	1	0	07.10.2025	
	Исследования аудитории медиа и организация	1	0	9.10.2025	

	работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории				
	Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории	0	1	14.10.2025	
	Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории	0	1	16.10.2025	
	Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории	0	1	21.10.2025	
5.	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	1	0	23.10.2025	
	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	1	0	28.10.2025	
	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	1	0	30.10.2025	

	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	0	1	06.11.2025	
	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	0	1	11.11.2025	
6.	Реклама как особый вид медиапродукции	1	0	13.11.2025	
	Реклама как особый вид медиапродукции	1	0	18.11.2025	
	Реклама как особый вид медиапродукции	0	1	20.11.2025	
	Реклама как особый вид медиапродукции	0	1	25.11.2025	
	Реклама как особый вид медиапродукции	0	1	2.12.2025	
7.	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	1	0	4.12.2025	
	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	1	0	09.12.2025	
	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	0	1	16.12.2025	
	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	0	1	18.12.2025	
	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	0	1	23.12.2025	

	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	0	1	25.12.2025	
	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	0	1	30.12.2025	
8.	Производство фотопродукции	1	0	13.01.2026	
	Производство фотопродукции	1	0	15.01.2026	
	Производство фотопродукции	0	1	20.01.2026	
	Производство фотопродукции	0	1	22.01.2026	
	Производство фотопродукции	0	1	27.01.2026	
	Производство фотопродукции	0	1	29.01.2026	
	Производство фотопродукции	0	1	3.02.2026	
9.	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	1	0	5.02.2026	
	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	1	0	10.02.2026	
	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	0	1	12.02.2026	
	Производство видеопродукции.	0	1	17.02.2026	

	Телевизионное вещание. Технологии вещания				
	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	0	1	19.02.2026	
	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	0	1	24.02.2026	
	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	0	1	26.02.2026	
10.	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	1	0	03.03.2026	
	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	1	0	05.03.2026	
	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	0	1	10.03.2026	
	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	0	1	12.03.2026	
	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	0	1	17.03.2026	

	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	0	1	19.03.2026	
	Звукозапись. Специфика аудиоподкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	0	1	24.03.2026	
11.	Интернет-технологии	1	0	26.03.2026	
	Интернет-технологии	1	0	31.03.2026	
	Интернет-технологии	0	1	2.04.2026	
	Интернет-технологии	0	1	7.04.2026	
	Интернет-технологии	0	1	9.04.2026	
	Интернет-технологии	0	1	14.04.2026	
12.	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	1	0	16.04.2026	
	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	1	0	21.04.2026	
	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	0	1	23.04.2026	
	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	0	1	28.04.2026	
	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	0	1	30.04.2026	

	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	0	1	07.05.2026	
13.	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	12.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	14.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	19.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	21.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	08.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	13.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	15.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	20.05.2026	
	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	1	22.05.2026	
	Итого:	24	48		

Методические и оценочные материалы

№ п/п	Тема программы (раздел)	Форма организации занятия	Методы и приемы	Дидактически й материал, техническое оснащение	Форма контроля
1.	Базовые понятия медиа-сферы	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничест ве, метод критического мышления, личностно- ориентирован ная технология	Компьютер с установленны ми офисными программами.	Прохождение анкетирования
2.	История развития технологий в медиа-сфере. Их современное состояние	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничест ве, метод критического мышления, личностно- ориентирован ная технология	Компьютер с установленны ми программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериала ми. Устройство для аудио-, видеозаписи.	Проведение опроса
3.	Специфика работы современных медиакомпан ий	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничест ве, метод критического мышления,	Компьютер с установленны ми программами для работы с текстовыми,	Выбор темы и составление плана реализации проекта

			лично- ориентирован ная технология	аудио-, видео- и фотоматериала ми. Устройство для аудио-, видеозаписи.	
4.	Исследовани я аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования . Формировани е лояльной аудитории	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничес ве, метод критического мышления, лично- ориентирован ная технология	Компьютер с установленны ми программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериала ми. Устройство для аудио-, видеозаписи.	Подготовка и проведение опроса среди одноклассников с целью выявить их интересы
5.	Связи с общественно стью. Пресс- службы. Продвижение контента СМИ	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничес ве, метод критического мышления, лично- ориентирован ная технология	Компьютер с установленны ми программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериала ми. Устройство для аудио-, видеозаписи.	Составления официального анонса школьного мероприятия
6.	Реклама как	Лекция,	Деловая игра,	Компьютер с	Создание

	особый вид медиапродукции	ролевая игра, семинар, тренинг	обучение в сотрудничестве, метод критического мышления, личностно-ориентированная технология	установленными программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериалами. Устройство для аудио-, видеозаписи.	сценария для видеоролика, рекламирующего школьное мероприятие
7.	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничестве, метод критического мышления, личностно-ориентированная технология	Компьютер с установленными программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериалами. Устройство для аудио-, видеозаписи.	Подготовка статьи для школьной газеты
8.	Производство фотопродукции	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничестве, метод критического мышления, личностно-ориентированная технология	Компьютер с установленными программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериалами	Выбор темы и подготовка фоторепортажа

			технология	ми. Устройство для аудио-, видеозаписи.	
9.	Производство видеопродук ции. Телевизионн ое вещание. Технологии вещания	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничест ве, метод критического мышления, лично- сти- ориентирован ная технология	Компьютер с установленны ми программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериала ми. Устройство для аудио-, видеозаписи.	Создание видеоролика
10.	Звукозапись. Специфика аудиоподкаст ов. Радиовещани е. Вещание в интернете	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничест ве, метод критического мышления, лично- сти- ориентирован ная технология	Компьютер с установленны ми программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериала ми. Устройство для аудио-, видеозаписи.	Создание аудиоподкаста
11.	Интернет- технологии	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничест ве, метод	Компьютер с установленны ми программами	Создание статьи с использованием нейросетей

			критического мышления, личностно-ориентированная технология	для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериалами. Устройство для аудио-, видеозаписи.	
12.	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничестве, метод критического мышления, личностно-ориентированная технология	Компьютер с установленными программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериалами. Устройство для аудио-, видеозаписи.	Создание текста поста для социальной сети «ВКонтакте»
13.	Производство медиаконтента и презентация проекта	Лекция, ролевая игра, семинар, тренинг	Деловая игра, обучение в сотрудничестве, метод критического мышления, личностно-ориентированная технология	Компьютер с установленными программами для работы с текстовыми, аудио-, видео- и фотоматериалами. Устройство для аудио-,	Подготовка итогового отчета по деятельности школьных СМИ за текущий учебный год

				видеозаписи.	
--	--	--	--	--------------	--

Информационные источники

Для учителя

1. Штейнберг, З. Г. История книгоиздания в Европе: пять веков от первого печатного станка до современных технологий / Пер. с англ. Т. М. Шуликовой. М.: Центрполиграф, 2020. — 287 с.
2. Левашов, В. Лекции по истории фотографии. М.: Тримедиа Контент, 2019. — 532 с.
3. Васильева, Е. Фотография и внелогическая форма. М.: Новое литературное обозрение, 2019. — 312 с.
4. Бельский, И. В. История кино: кино съемки, кинопромышленность, киноискусство. М.: Альпина Паблишер, 2020. — 405 с.
5. Садуль, Ж. История киноискусства. От его зарождения до наших дней / Пер. с фр. М. К. Левиной. М.: Иностранная литература, 1957. — 313 с.
6. Громов, Е. С. Жанр и творческое многообразие советского киноискусства // Жанры кино. М.: Искусство, 1979. — 319
7. Быховский, М. А. Развитие телекоммуникаций. На пути к информационному обществу. Развитие спутниковых телекоммуникационных систем: учеб. пособие для вузов. М.: Горячая линия — Телеком, 2014. — 441 с.
8. Познин, В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2018. — 362 с.
9. Драницина, А. В., Познин, В. Ф. Телевизионный репортаж: тренинги, подготовка, съемка, монтаж: методическое пособие для преподавателей. СПб.: Изд-во СПбГУКиТ, 2014. — 27 с.
10. Вазовски, К. Подкаст за две недели. От идеи до монетизации. М.: Альпина Паблишер, 2021. — 170 с.
11. Майнцер, К. Взрывной подкаст. Как создать успешный проект от идеи до первого миллиона. М.: Бомбора, 2020. — 224 с.
12. Эль-Бакри, Т. В. Продюсирование: кино, телевидение и видеопроекты в Интернете. М.: Аспект Пресс, 2021. — 336 с.

Для обучающихся

1. Беньямин, В. Краткая история фотографии / Пер. С. А. Ромашко. М.: Ад Маргинем

Пресс, 2021. — 144 с.

2. Надар, Когда я был фотографом / Ред. А-М. Гущина, Т. Фурман; пер. М. Михайлова. СПб.: Клаудберри, 2019. — 416 с.
3. Рыбарева, Е. В. История кино (история киноискусства) [Электронный ресурс]. Учеб.-метод. комплекс для студентов. Минск: Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2021.
4. Блохин, А. В. У истоков изобретения радио: учебное пособие / Науч. ред. О. А. Гусев. Екб.: Издательство Уральского университета, 2016. — 176 с.
5. Смирнов, В. В. Природа и язык радиокommunikации [Электронный ресурс]: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА, 2019. — 304 с.
6. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник. М.: Дашков и К, 2018. — 246 с.
7. Смирнов, А. В. Основы телевидения и видеотехники: учеб. пособие. М.: Горячая линия — Телеком, 2018. — 358 с.

Электронные образовательные ресурсы

1. <https://www.movavika.ru/learning-portal/> - Познавательный портал Мовавика
2. <https://smmplanner.com/blog/> - Блог о маркетинге в социальных сетях
3. <https://ruj.ru/> - Сайт союза журналистов России
4. <https://www.canon.ru/pro/stories/> - официальный сайт компании Canon в России
5. <https://я-режиссер.рф/> - сайт, посвященный созданию видеоконтента
6. https://nlr.ru/res/inv/ukazat55/cat_show.php?rid=17053 – Электронные библиотеки и цифровые коллекции газет на сайте Российской Национальной библиотеки

Оценочные материалы

Для отслеживания результативности образовательной деятельности по программе проводятся: входной, текущий контроль, итоговое оценивание.

Входной контроль проводится на первом занятии в форме прохождения анкетирования.

Текущий контроль проводится в конце изучения каждой темы в форме изучаемого медиапродукта – газетной статьи, поста для социальной сети, фоторепортажа, аудиоподкаста, видеоролика.

Итоговое оценивание (итоговый контроль) проводится на последнем занятии в форме анкетирования с целью определения общей результативности программы.

**Карта оценки результативности учащегося по дополнительной
общеразвивающей программе**

№ п/ п	Резу льт аты	Параметр ы оценки уровня освоения программ ы	Характе ристика низкого уровня освоени я програ ммы	Оценка уровня освоения программы (в баллах)					Характери стика высокого уровня освоения программ ы
				О ч е н ь с л а б о	С л а б о	Уд овл етв ори тел ьно	Хо ро ш о	О ч е н ь х о р о ш о	
1	Предм етные результ аты	Приобрету т базовые знания и умения в области создания медиаконте нта	Информ ация не освоена	1	2	3	4	5	Информаци я освоена полностью в соответств ии с задачами программы
2	Метап редмет ные результ аты	Сформиров аны умения организова ть собственну ю деятельнос ть,	Отсутст вует умение формул ировать четкие цели и прогноз ировать	1	2	3	4	5	Самостоятельн ое формулирован ие целей, выбор необходимых задач для ее достижения и создание плана

		осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, анализировать результат;	результаты своей деятельности						их реализации
3	Метапредметные результаты	Реализовано творческого потенциала учащихся;	Способы деятельности не освоены	1	2	3	4	5	Приобретён опыт самостоятельной эвристической деятельности (оригинальность, индивидуальность, качественная завершенность результата)
4	Метапредметные результаты	Развиты коммуникативные навыки и умения	Коммуникация с другими людьми для выполнения поставле	1	2	3	4	5	Приобретён опыт взаимодействия и сотрудничества в системах «педагог-учащийся» и

			нных целей не осущест влялась.						«учащийся- учащийся».
5	Личнос тные результаты	Сформировано умение выявлять социально значимые события для жизни школы, города и страны;	Не интересуется событиями, в которых не принимает участия	1	2	3	4	5	Самостоятельно может определить важность определенного события для конкретной социальной группы
			Итоговый балл						-

Общая оценка уровня освоения программы:

5-13 баллов – программа освоена на низком уровне;

14-19 баллов – программа освоена на среднем уровне;

20-25 баллов – программа освоена на высоком уровне.