

Министерство просвещения Российской Федерации
Министерство образования и молодежной политики Свердловской области
Государственное автономное нетиповое образовательное учреждение
Свердловской области «Губернаторский лицей»

УТВЕРЖДЕНО

Директор ГАНОУ СО
«Губернаторский лицей»

И.А. Климовских

Приказ № от 26.08.2024

Дополнительная общеобразовательная программа
социально-гуманитарной направленности
«Медиакоммуникации»
для детей 12–17 лет,
для обучающихся 6–11 классов
(базовый уровень)

Составитель:
Белимов Виктор Николаевич

Екатеринбург, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | | |
|------------|---|-----------|
| 1 . | Комплекс основных характеристик программы | 3 |
| 1 .1 | Пояснительная записка | 3 |
| 1.2 | Цель и задачи программы | 10 |
| 1.3 | Содержание общеразвивающей программы | 12 |
| 1.3.1 | Учебный план | 12 |
| 1.3.2 | Содержание учебного плана | 13 |
| 1.3.3 | Планируемые результаты | 20 |
| 2. | Комплекс организационно-педагогических условий | 22 |
| 2.1 | Материально-техническое обеспечение | 22 |
| 2.2 | Кадровое обеспечение | 23 |
| 2.3 | Методические материалы | 24 |
| 3. | Список литературы | 27 |

РАЗДЕЛ № 1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОГРАММЫ

1.1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиакоммуникации» социально-гуманитарной направленности разработана в соответствии с основополагающими документами:

1. Федеральным Законом Российской Федерации от 29.12.2012 № 273 «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Федеральным законом РФ от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (в редакции 2013 г.);
3. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
4. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»
5. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021 № 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»
6. Концепцией развития дополнительного образования детей до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р);
7. Стратегией развития воспитания в РФ на период до 2025 года (распоряжение Правительства РФ от 29 мая 2015 г. № 996-р);
8. Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648–20

“Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи”»;

9. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

10. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 03.09.2019 № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»;

11. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 04.09.2014 № 1726-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей»;

12. Письмом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.11.2015 № 09–3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы))»;

13. Письмом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.03.2016 г. № ВК-641/09 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по реализации адаптированных дополнительных общеобразовательных программ, способствующих социально-психологической реабилитации, профессиональному самоопределению детей с ограниченными возможностями здоровья, включая детей-инвалидов, с учетом их особых образовательных потребностей»);

14. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

15. Приложением к приказу Минобрнауки РФ от 29.08.2013 № 1008 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

16. Приказом от 26.06.2019 № 70-Д «Об утверждении методических рекомендаций “Правила персонифицированного финансирования дополнительного образования детей в Свердловской области”».

Актуальность программы

Актуальность программы напрямую связана с растущим спросом на коммуникативные навыки граждан, обусловленным потребностями современного информационного общества, стремительным развитием информационно-коммуникативных технологий. Сформировалась устойчивая потребность социально-экономической системы общества в специалистах «медийных» профессий — сотрудников традиционных и новых средств массовой информации, специалистов по связям с общественностью, которые широко необходимы как в сфере государственного управления и предпринимательства, так и в популяризации социальной активности граждан разного возраста, в частности, деятельности общественных организаций, проявления актов благотворительности, солидарности и взаимопомощи.

Нельзя не отметить и масштабное развитие социальных сетей, что формирует как потребность в специалистах СМИ нового уровня, так и необходимость освоения современными школьниками навыков «первичной» медиаграмотности: умения искать и анализировать информацию, критически оценивать поступающие данные, знать принципы противодействия дезинформации и фейкам. Если же говорить о специализированных знаниях, то следует иметь в виду тот неоспоримый факт, что многие сегодня могут создавать публикации для социальных сетей, но чтобы делать это профессионально, нужны отработанные умения и навыки создания и поддержания информационной повестки, управления вниманием аудитории и организации обратной связи с ней, опирающиеся на традиции и опыт мировой журналистики, начиная с устоявшегося в веках жанрового разнообразия и заканчивая цифровыми кейсами передовых медиа-корпораций и новейшими научными исследованиями в сфере медиапотребления.

Кроме того, стремительно обновляющиеся вызовы информационной эпохи провоцируют любого человека практически в любой профессиональной сфере обладать высоким уровнем медиаграмотности – от этого зависит личный

«цифровой след», а следовательно, профессиональная состоятельность и карьера.

Развитие коммуникативной культуры, как первичная задача данной образовательной программы, является основным условием освоения школьником культурно-исторического опыта формирования медиасреды и понимания предпосылок ее стремительного развития в настоящее время.

Отличительной особенностью программы является сочетание теоретической подготовки с формированием реальных журналистских компетенций, отрабатываемых на практике, в рамках коллективной творческой проектной деятельности – при создании контента, в частности, для медиаресурсов Губернаторского лица и СМИ Свердловской области, рассчитанных на подростковую аудиторию. Одним из ключевых принципов реализации образовательной программы в части проектной работы является личностно-ориентированное взаимодействие педагога с учащимися, который основывается на психолого-педагогической поддержке подростка в его ценностно-смысловом саморазвитии и профессиональном самоопределении.

Программа рассчитана на детей 12–17 лет.

Срок ее реализации – учебный год.

Уровень освоения программы – базовый.

Наполняемость группы – от 5 до 25 человек.

Группы комплектуются по возрастному признаку без предварительного тестирования и какого-либо отбора, с учетом возрастных, индивидуально-психологических и физиологических особенностей обучающихся.

Группа комплектуются из детей, проявляющих заинтересованность в занятиях предметом. Педагог учитывает особенности каждого обучающегося и обеспечивает индивидуальный подход к нему. При наличии в группе ребенка особых категорий (дети с ограниченными возможностями здоровья, одаренные дети), основная программа адаптируется под возможности этого ребенка.

Работа с обучающимися строится на основе следующей системы дидактических принципов:

- *принцип психологической комфортности* (создается образовательная среда, обеспечивающая снятие всех стрессообразующих факторов учебного процесса);
- *принцип минимакса* (обеспечивается возможность разноуровневого обучения детей, продвижения каждого ребенка своим темпом, при этом подбор практических заданий ведется с учетом природных задатков, интересов, потребностей, индивидуальных особенностей детей и экономических возможностей семей);
- *принцип вариативности* (у детей формируется умение осуществлять собственный выбор на основании некоторого критерия);
- *принцип непрерывности* (обеспечиваются преемственные связи между всеми годами обучения);
- *принцип творчества* (процесс обучения сориентирован на приобретение детьми собственного опыта творческой деятельности).

Режим работы следующий:

- количество занятий в неделю: 18,
- продолжительность каждого занятия: 1 академический час;
- продолжительность одного академического часа: 40 минут;
- перерыв: 20 минут.

Общий объем часов по программе: 204

Форма обучения: очная. Основной формой организации процесса обучения является групповое занятие. Важным элементом каждого занятия является обсуждение, рефлексия.

Видами занятий, используемыми при обучении по программе, являются следующие:

Вводное занятие – педагог рассказывает о технике безопасности, особенностях организации обучения и предлагаемой программе работы на текущий год.

Учебное занятие – педагог преподает материал теоретического характера и значительную часть времени посвящает практическому типу освоения учебного материала: анализ кейсов, мозговой штурм, работа в малых группах.

Практическое учебное занятие – создание медиаматериалов под контролем педагога.

Контрольное занятие – помогает педагогу после изучения темы, курса проверить усвоение данного материала и выявить уровень освоения программы учащимися.

Для подведения итогов реализации программы используются: контрольное занятие, на котором учащиеся (индивидуально или в творческих группах) проводят защиту своих проектов — как в формате наполнения контентом специально созданных медиаресурсов, так и в формате исследовательских работ о деятельности журналистов и специалистов по связям с общественностью.

1.2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

Цель обучения по данной программе – профориентационная работа со школьниками по медиакоммуникациям с практической частью – созданием контента для различных медиа Губернаторского лицея.

Задачи:

обучающие

1. Освоение обучающимися знаний в области медиакоммуникаций, а также в области журналистики и связей с общественностью.
2. Формирование представлений о журналистской деятельности, ориентированной на распространение информации и о технологии работы современного журналиста.
3. Знакомство с особенностями медиапотребления современной аудитории.

развивающие

1. Создание условий для развития мотивации и способностей учащихся к медиатворчеству.
2. Формирование и закрепление базовых навыков журналистской работы в условиях цифровой среды.
3. Совершенствование алгоритмов анализа и создания текстов и других медиапродуктов.
4. Развитие навыков создания игровых и реальных редакций;
5. Развитие навыков наполнения медиаресурса актуальными материалами.
6. Развитие умений работы в медиакоммуникационной среде, производства контента для СМИ и новых медиа, которые помогут в любой профессиональной деятельности для продвижения себя и результатов своего труда.

воспитательные

1. Воспитание ответственности за качество и правдивость опубликованной информации.
2. Формирование интереса и уважения к разным сферам жизни человека в мультикультурном пространстве общества.
3. Осознание специфики медиаторчества в его ориентированности на нравственное воспитание читателя.

1.3. СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

| № п/п | Название раздела, темы | Количество часов | | |
|-----------|--|------------------|-----------|------------|
| | | Всего | Теория | Практика |
| 1. | Раздел 1. Основы медиакоммуникаций | 36 | 22 | 14 |
| 1.1. | Вводное занятие | 2 | 2 | – |
| 1.2. | Введение в медакоммуникации | 4 | 4 | – |
| 1.3. | Журналистика как составляющая медиакоммуникаций | 6 | 2 | 4 |
| 1.4. | История журналистики как профессиональной деятельности | 4 | 4 | – |
| 1.5. | Связи с общественностью как составляющая медиакоммуникаций | 6 | 2 | 4 |
| 1.6. | История связей с общественностью как профессиональной деятельности | 4 | 4 | – |
| 1.7. | Новые медиа (социальные сети) как составляющая медиакоммуникаций | 6 | 2 | 4 |
| 1.8. | Основы работы с информацией | 4 | 2 | 2 |
| 2. | Раздел 2. Медиакоммуникации и журналистика сегодня | 14 | 6 | 8 |
| 2.1. | Особенности медиапотребления современной аудитории | 4 | 2 | 2 |
| 2.2. | Журналистика в цифровую эпоху. Мультимедийная журналистика | 10 | 4 | 6 |
| 3. | Раздел 3. Работа с медиаконтентом | 76 | 20 | 56 |
| 3.1. | Технология работы журналиста | 12 | 4 | 8 |
| 3.2. | Классические жанры: заметка, репортаж, интервью | 20 | 6 | 14 |
| 3.3. | Технология сторителлинга в медиатворчестве | 12 | 4 | 8 |
| 3.4. | Новые форматы и мультимедийные технологии в онлайн-медиа | 12 | 4 | 8 |
| 3.5. | Основы работа в программе Tilda | 8 | – | 8 |
| 3.6. | Особенности создания контента для социальных сетей | 12 | 2 | 10 |
| 4. | Раздел 4. Создание контента для учебных медиа | 78 | – | 78 |
| 4.1. | Создание редакций и распределение должностных обязанностей | 2 | – | 2 |
| 4.2. | Создание контента для печатных учебных медиа | 18 | – | 18 |
| 4.3. | Создание телевизионного контента для учебного медиа | 18 | – | 18 |
| 4.4. | Создание радиоконтента для учебного медиа | 18 | – | 18 |
| 4.5. | Создание контента для социальных сетей | 18 | – | 18 |
| 5. | Итоговое занятие | 4 | – | 4 |
| | Итого: | 204 | 48 | 156 |

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Раздел 1. Основы медиакоммуникаций

Вводное занятие

Инструктаж по технике безопасности. Представление обучающимся плана учебных занятий на учебный год.

Тема 1.1. Введение в медиакоммуникации

Теория. Понятие о медиакоммуникациях как о процессе передачи информации. Многообразие средств обмена информацией в современном мире: средства массовой информации, новые медиа, кино, фотография, рекламные технологии. Коммуникативные средства передачи информации – визуальные, аудиальные, вербальные.

Тема 1.2. Журналистика как составляющая медиакоммуникаций

Теория. Журналистика как деятельность по сбору, обработке и распространению информации. Основная цель журналистики – информирование массовой аудитории либо определенных аудиторных групп. В основе информирования – факт, представляющий значимость и важность для общества. Специфика профессии журналиста. Требование объективности и беспристрастности информирования общества. Ответственность журналиста за предоставляемую информацию. Многообразие средств массовой информации.

Практика. Составление карты СМИ Екатеринбурга (типологизация). Анализ кейсов. Сравнительный анализ публикации по одному информационному поводу в зарегистрированном средстве массовой информации и непрофессиональном медиа (блоге).

Тема 1.3. История журналистики как профессиональной деятельности

Теория. Обобщенная история журналистики как профессиональной деятельности. Основные вехи развития журналистики, включающие в себя создание книгопечатания, радио, телевидения и Интернета. Путь развития от пражурналистики к современной журналистике. Особенности в истории развития журналистики, связанные с техническим развитием.

Тема 1.4. Связи с общественностью как составляющая медиакommunikаций

Теория. Понятие связей с общественностью как о процессе коммуникации организации / компании / органа власти и общественности. Институт репутации как основа для появления специальной функции менеджмента – public relations (PR). Кто такой «пиарщик» и чем он занимается. Какую общественную пользу приносит PR-специалист и на чем зарабатывает. Что помогает ему утвердиться в профессии и стать профессионалом. Почему для зрелого общества важны здоровые и сильные коммуникативные связи. Связи с общественностью как вид творческой деятельности.

Практика. Групповая фасилитация на тему: «Этический кодекс пиарщика – что такое хорошо и что такое плохо». Просмотр и обсуждение фильмов – победителей федерального конкурса корпоративного видео.

Тема 1.5. История связей с общественностью как профессиональной деятельности

Теория. Обобщенная история развития связей с общественностью, формирование профессии. Взаимосвязь история PR с развитием индустрии СМИ. Постепенное формирование представлений об имидже и бренде.

Тема 1.6. Новые медиа (социальные сети) как составляющая медиакommunikаций

Теория. Развитие новых медиа в информационную эпоху. Типология новых медиа. Цифровой формат, интерактивность, мультимедийность –

ключевые характеристики новых медиа. Социальные сети как платформы для обмена информацией между пользователями. Роль социальных сетей в медиакommunikационных процессах.

Практика. Анализ городских пабликов, ориентированных на молодежную аудиторию.

Тема 1.7. Основы работы с информацией

Теория. Принципы работы с информацией в современном мире. Источники информации для журналиста. Понятие инфоповода. Обработка и упаковка информации для современных медиа. Фактчекинг как неотъемлемая составляющая работы с информацией в деятельности журналиста и PR-специалиста

Практика. Анализ кейса: сравнительный анализ пресс-релиза и журналистского материала по одному и тому же инфоповоду. Творческое задание: создание журналистского материала на основе пресс-релиза.

Раздел 2. Медиакommunikации и журналистика сегодня

Тема 2.1. Особенности медиапотребления современной аудитории

Теория. Дефицит внимания аудитории в условиях когнитивного шума. Борьба СМИ и медиа за внимание аудитории. Медиааналитика – возможности точного измерения привычек медиапотребления аудитории. Основные паттерны чтения. Способы удержания внимания аудитории: как организовать материал, чтобы его дочитали.

Практика. Анализ кейсов. Тренинг «Умение управлять вниманием пользователя» по методике Оксаны Силантьевой.

2.2. Журналистика в цифровую эпоху. Мультимедийная журналистика

Теория. Журналистика в контексте развития новых медиа: традиции и новаторство. Появление новых видов СМИ как фактор технологического развития. Влияние цифровых технологий: трансформация жанровой системы, изменения в технологии работы журналиста. Понятие конвергентной редакции и универсального журналиста.

Практика. Сравнительный и контент-анализ цифровых медиа (по выбору обучающихся).

Раздел 3. Работа с медиаконтентом

Тема 3.1. Технология работы журналиста

Теория. Разнообразие деятельности журналиста: авторская (создание собственных материалов для СМИ), организаторская (привлечение общественности и разных слоев аудитории к сотрудничеству со СМИ), редакторская (приведение предназначенных к публикации материалов в соответствие с требованиями и нормами, принятыми в СМИ), производственно-технологическая (подготовка текстов к печати, выходу в эфир, работа с транслируемой информацией, участие в процессе выхода издания, программы «в свет»). Журналистское произведение как результат коллективной творческой деятельности. Процесс создания журналистского произведения. Понятие «источник информации». Виды источников. Методы работы с источниками.

Практика. Анализ материалов СМИ с точки зрения выявления источников информации для них. Поиск информационных поводов и источников информации.

Тема 3.2. Классические жанры: заметка, репортаж, интервью

Теория. Классические журналистские жанры, востребованные и в условиях развития новых медиа: заметка, репортаж, интервью. Принципы и технология создания заметки: правило «перевернутой пирамиды».

Особенности репортажа в разных типах СМИ. Событийный, исследовательский, специальный репортаж. Интервью как метод сбора информации и как журналистский жанр. Специфические особенности интервью в разных типах СМИ: в печати, на телевидении, в радиозэфире, в онлайн-СМИ и новых медиа.

Практика. Анализ заметок, репортажей, интервью известных журналистов. Написание собственных творческих работ: заметка, репортаж, интервью.

Тема 3.3. Технология сторителлинга в медиатворчестве

Теория. Эффективность использования технологии сторителлинга при создании журналистского материала. Истории разных форматов и на разные темы в актуальной журналистике. Разные типы композиции истории. Ключевые компоненты сюжета истории: экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка. Различие фабулы и сюжета. Анализ различных вариантов выстраивания композиции и сюжета в материалах СМИ. Особенности работы с героем публикации: как взять интервью и обработать его, как соблюсти этические нормы по отношению к герою. Портретные и речевые характеристики как основные средства создания образа героя. Действия героя как основа истории.

Практика. Анализ кейсов. Разработка собственного материала в формате мультимедийной истории: план, подготовительный этап, изготовление истории.

Тема 3.4. Новые форматы и мультимедийные технологии в онлайн-медиа

Теория. Использование новых форматов в онлайн-медиа и интернет-СМИ. Инфографика – один из наиболее востребованных форматов. Правила изготовления инфографики. Мультимедийные элементы журналистского материала, в том числе истории: фотослайдшоу, фотолента, видео очевидца

или эксперта, аудиофрагмент речи героя или комментария эксперта, 3D-элементы, интерактивные элементы. Основные приемы иммерсивной журналистики.

Практика. Анализ уместности использования новых форматов в материалах СМИ. Освоение сервисов и приложений по созданию инфографики, тайм-линии, интерактивной карты и т. п. элементов.

Тема 3.5. Основы работа в программе Tilda

Теория. Tilda – платформа для конструирования собственных сайтов. Основные шаблоны и инструменты работы. Возможности Zero-блока.

Практика. Упаковка разработанного в рамках темы 3.3 проекта мультимедийной истории на платформе Tilda.

Тема 3.6. Особенности создания контента для социальных сетей

Теория. Основные требования к тексту для социальных сетей. Форматы текстов: подводка, пост, статья как расширенный вариант поста. Визуальный контент социальных сетей – наглядные, эмоционально насыщенные информационные продукты с быстрой возможностью их изучения (восприятия). Особенности создания основных типов визуального контента: фото, видео, инфографики.

Практика. Творческая работа: создание серии постов на заданную тему с использованием разных типов контента.

Раздел 4. Создание контента для учебных медиа

Тема 4.1. Создание редакции и распределение должностных обязанностей

Практика. Создание игровой мультимедийной редакции учебного медиа. Конкурс на главного редактора. Распределение должностных обязанностей главного редактора, выпускающего редактора, координатора. Распределение

корреспондентов, редакторов рубрик, дизайнеров по типам: печатной, телевизионной, радиожурналистики.

Тема 4.2. Создание контента для печатных учебных медиа

Практика. Работа участников курса в качестве корреспондентов, редакторов, фотографов, дизайнеров лицейской газеты.

Тема 4.3. Создание телевизионного контента для учебных медиа

Практика. Производство информационных телевизионных сюжетов, репортажей, интервью и других материалов для редакции учебного медиа.

Тема 4.4. Создание радиоконтента для учебного медиа

Практика. Создание радиопрограмм различных форматов: новости, интервью, обзоры и пр.

Тема 4.5. Создание контента для социальных сетей

Практика. Регулярное освещение событий лицея в его социальных сетях. Использование в работе различных типов постов и контента, включая тексты, фотографии, видеозарисовки, инфографику и пр.

5. Итоговое занятие

Итоговое занятие проходит в форме защиты проектов: главные редакторы защищают концепции и развитие в течение учебного года своих медиаресурсов. Редакторы рубрик – свои рубрики. Корреспонденты, фотографы, дизайнеры – свои лучшие материалы.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Личностные результаты

- высоко мотивированы к журналистскому творчеству, понимают степень ответственности за качество и правдивость опубликованной информации и следуют этическим нормам профессии, ориентированы на нравственное воспитание аудитории;
- получают опыт работы в медиакommunikационной среде, производства контента для СМИ и новых медиа, который поможет им в любой профессиональной деятельности для продвижения себя и результатов своего труда;
- получают опыт работы в команде и одновременно возможность для проявления лидерских личностных качеств;
- через создание публикаций на общественно значимую тематику формируют интерес и уважение к разным сферам жизни человека в мультикультурном пространстве общества;
- осознание специфики медиатворчества в его ориентированности на нравственное воспитание читателя.

Метапредметные результаты:

- обучающиеся развивают комплекс знаний, умений и навыков работы в медиасфере на пересечении таких различных предметов, как история, обществознание, литература и русский язык.

Предметные результаты:

- знают: актуальные тенденции развития СМИ и новых медиа;
- имеют представление о журналистской деятельности, ориентированной на распространение информации;

- знакомы с особенностями медиапотребления современной аудитории;
- владеют навыками журналистской работы в условиях цифровой среды;
- владеют алгоритмом анализа и создания текстов и других медиапродуктов;
- умеют выполнять функции сотрудника СМИ с соблюдением дедлайна и прочих редакционных требований;
- умеют писать увлекательный текст и упаковывать его с привлечением современных форматов;
- регулярно наполняют молодежное медиа собственными публикациями.

РАЗДЕЛ №2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

Время и место проведения занятий – в соответствии с расписанием, утвержденным директором.

. 2.1. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Обеспечивается образовательной организацией:

Помещение для обучения:

| № | Оборудование | Количество /шт. |
|----------|---|---------------------------|
| 1. | Тарифный план Business на платформе Tilda | |
| 2. | Персональные компьютеры (ноутбуки) | по количеству обучающихся |
| 3. | Флипчарт | 4 шт. |
| 4. | Маркеры для флипчарта | 4 упаковки |
| 5. | Стикеры цветные | 5 упаковок |
| 6. | Пластилин цветной | 8 упаковок |
| 7. | Цветные карандаши | 8 упаковок |
| 8. | Фломастеры | 8 упаковок |
| 9. | Веревка | 30 м |
| 10. | Держатели для бумаги маленькие | 20 шт. |
| 11. | Держатели для бумаги средние | 20 шт. |
| 12. | Бумага А4 | 4 пачки |

2.3. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Количество педагогов, ведущих занятие: 1.

Требования к компетенции педагога:

- педагогическое образование (программа профессиональной переподготовки);
- профильная подготовка: высшее журналистское образование;
- владение знаниями по основам психологии детей и подростков;
- владение основами знаний по работе с детьми особых категорий (одаренные и мотивированные дети, дети с ОВЗ);
- владение знаниями по ТБ и ПБ.

2.4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Общая характеристика педагогического процесса

| № п/п | Название раздела, темы | Материально-техническое оснащение, дидактико-методический материал | Формы, методы, приемы обучения. Педагогические технологии | Формы учебного занятия |
|-------|--|--|---|--|
| 1. | Раздел 1. Основы медиакоммуникаций | Тарифный план Business на платформе Tilda | Лекционные занятия Работа в малых группах | Учебные занятия теоретического и практического характера |
| 2. | Раздел 2. Медиакоммуникации и журналистика сегодня | Персональные компьютеры (ноутбуки) Флипчарт Маркеры для | Анализ кейсов Деловая игра Творческая работа Создание контента | |
| 3. | Раздел 3. Работа с медиаконтентом | Флипчарта Стикеры цветные | | |
| 4. | Раздел 4. Создание контента для учебных медиа | Пластилин цветной Цветные карандаши Фломастеры Веревка Держатели для бумаги маленькие Держатели для бумаги средние Бумага А4 | | |
| 5. | Итоговое занятие | Оборудование для мультимедийной презентации | Определение уровня сформированности знаний, умений и навыков. | |

Обеспечение методическими видами продукции

Печатные ресурсы:

1. Вартанова Е. Профессия в контексте индустрии: о современном понимании СМИ и журналистики // Меди@льманах. – 2009. – № 6.
2. Ильяхов М. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст [Электронный ресурс]: <https://knigogid.ru/books/802102-pishi-sokraschay/toread>
3. Как новые медиа изменили журналистику: 2012-2016. Екатеринбург, 2016 [Электронный ресурс]: <http://newmedia2016.digital-books.ru>
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php
5. Ким М. Н., Пак Е. М. Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. С-Пб.: «Питер», 2019.
6. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. Любое издание
7. Мультимедийная журналистика / Под общ. ред. А. Г. Качкаевой и С. А. Шомовой. – Изд. Высшей школы экономики. – М., 2017

Электронные ресурсы

1. Сайты исследовательских организаций (Gallup media, Comcon-2, Левада-центр, Мониторинг.ru).
2. The European Journalism Center: информационный форум для журналистов, руководителей средств массовой информации и преподавателей в области журналистики. – URL: <http://www.regioweb.nl/eic/index.html>
3. Общественно-политическая газета на тему коммуникаций. – URL: <http://www.rupr.ru>
4. Сайт Ассоциации по изучению журналистики и массовой коммуникации. Страница для преподавателей по этим специальностям в США и других странах мира. – URL: <http://lamar.colostate.edu/~aeimcpr>

5. Сайт Гильдии издателей периодической печати. – URL:
<http://www.gipp.ru>
6. Сайт проекта «Медиакратия». – URL: <http://mediacratia.ru>
7. Сайт проекта «Медиалогия». – URL:
<https://www.mlg.ru/products/smm/>
8. Сайт Центра по изучению средств массовой информации. – URL:
<http://www.mediaudies.org>

Аудиовизуальные ресурсы

1. Подборка фильмов о журналистах и журналистике:
 - «Вся президентская рать», 1976,
 - «Игрушка», 1976;
 - «В центре внимания», 2016;
 - «Профессия: репортер», 1975;
 - «Плутовство», 1997;
 - «Афера Стивена Гласса», 2003;
 - «Гражданин Кейн», 1941.
2. Презентации по темам:
 - «Журналистика в цифровую эпоху»;
 - «Медиапотребление и медиааналитика»;
 - «Технология работы журналиста»;
 - «Жанры журналистики»;
 - «Технология изготовления заметки»;
 - «Как делать репортаж»;
 - «Интервью в работе журналиста»;
 - «Технология сторителлинга в медиаторчестве»;
 - «Новые медиаформаты».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

нормативные документы

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273 «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Федеральный закон РФ от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (в редакции 2013 г.);
3. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
4. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»
5. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021 № 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»
6. Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р);
7. Стратегия развития воспитания в РФ на период до 2025 года (распоряжение Правительства РФ от 29 мая 2015 г. № 996-р);
8. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648–20 “Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи”»;
9. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления

образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

10. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 03.09.2019 № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»;

11. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 04.09.2014 № 1726-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей»;

12. Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.11.2015 № 09–3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»);

13. Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.03.2016 г. № ВК-641/09 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по реализации адаптированных дополнительных общеобразовательных программ, способствующих социально-психологической реабилитации, профессиональному самоопределению детей с ограниченными возможностями здоровья, включая детей-инвалидов, с учетом их особых образовательных потребностей»);

14. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

15. Приложение к приказу Минобрнауки РФ от 29.08.2013 № 1008 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

16. Приказ от 26.06.2019 № 70-Д «Об утверждении методических рекомендаций “Правила персонифицированного финансирования дополнительного образования детей в Свердловской области”».

Литература

1. «В голос», коллектив авторов. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
2. Берлов А. PR для маленькой такой компании [Текст] / А. Берлов // «Советник», 2005. — N 4. — С. 25–26.
3. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз [Текст] / С. Блэк. — Ростов н/Д: Феникс, 1998. — 318 с.
4. Вартанова Е. Профессия в контексте индустрии: о современном понимании СМИ и журналистики // Меди@льманах. – 2009. – № 6.
5. Галумов Э. А. Основы PR / Э. А. Галумов. — М.: Летопись XXI, 2004. — 244 с.
6. Ильяхов М. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст [Электронный ресурс]: <https://knigogid.ru/books/802102-pishi-sokraschay/toread>
7. Как новые медиа изменили журналистику: 2012–2016. Екатеринбург, 2016 [Электронный ресурс]: <http://newmedia2016.digital-books.ru>
8. Капитонов Э.А., Капитонов, А. Э. Корпоративная культура и PR / — М, 2011. — 356 с.
9. Капферер Ж. Н. Бренд навсегда. Создание, развитие, поддержка ценности бренда: пер. с англ. — М.: Вершина, 2007. — 442 с.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php
11. Ким М. Н., Пак Е. М. Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. С-Пб.: «Питер», 2019.
12. Кинг Ларри. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно, где угодно. Типография «Альпина», 2011.

13. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика / — М.: Юнити, 2004. — 409с.
14. Кляйн Наоми. NO LOGO. Люди против брендов. / – М.: Добрая книга., 2008. — 624 с.
15. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. Любое издание
16. Коломийцева Е. Ю. Журналистика в сфере культуры: вызовы XXI века [Электронный ресурс] : <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-v-sfere-kultury-vyzovy-xxi-veka>
17. Корнейчук Ю. В. История становления и специфика профессии PR-специалиста / Ю. В. Корнейчук, Н. А. Лукин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 1 (81). — С. 528-531.
18. Медиа: введение [Электронный ресурс]: учебник / под ред. А. Бриггз, П. Кобли; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 551 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784&sr=1>
19. Мультимедийная журналистика / Под общ. ред. А. Г. Качкаевой и С. А. Шомовой. – М.: Изд. Высшей школы экономики, 2017.
20. Мультимедийная журналистика/ Под общ. ред. А. Г. Качкаевой и С. А. Шомовой. – Изд. Высшей школы экономики. – М., 2017. Электронный ресурс. URL: <https://litmore.ru/read/9920>
21. Новек Бет Симон. Умные граждане – умное государство. Издательство «Олимп-Бизнес», 2016. — 504 с.
22. Овчинников В. Формирование инновационной модели планирования работы мультимедийной редакции / Меди@льманах. 2011. № 5.
23. Петрова Е. В. Человек в информационной среде [Электронный ресурс]: социокультурный аспект / Е. В. Петрова; Российская академия наук, Институт философии. - М.: Институт философии РАН, 2014. - 138 с. - Режим доступа: biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=444041&sr=1

24. Рэндалл Д. Универсальный журналист. Национальный институт прессы, 2000. Электронный ресурс: <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm>
25. Соколов-Митрич Д. В. Яндекс.Книга. — Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 368 с.
26. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. — М.: Аспект Пресс, 2017. — 315.
27. Тимофеев М.И. «Связи с общественностью (Паблик рилейшнз)»: Учебное пособие / М. И. Тимофеев. — М.: Издательство РИОР, 2005. — 158 с.
28. Федотова Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 603 с.
29. Филипп А. Буари. Паблик рилейшнз или стратегия доверия / Филипп А. Буари. — М.: Инфра-М, 2001. — 178 с.
30. Чумиков А. Н., Бочаров, М. П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие/ А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2006. — 552 с.