


Управление образования администрации Кемеровского городского округа  
Муниципальное бюджетное образовательное учреждение дополнительного  
образования «Центр дополнительного образования детей им. В. Волошиной»

Принята на заседании  
методического совета  
от « 27 » апреля 2023 г.  
Протокол №3

Утверждаю  
Директор МБОУ ДО  
«ЦДОД им. В. Волошиной»  
 И. П. Чередова  
от «2» мая 2023 г.



**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа  
социально-гуманитарной направленности  
«Новые медиа»**

Возраст учащихся: 12-18 лет  
Срок реализации: 2 года

Разработчик:  
Петрова Валерия Сергеевна,  
педагог дополнительного образования

г. Кемерово, 2023

## Содержание

Раздел №1. «Комплекс основных характеристик программы»	
1.1. Пояснительная записка.....	3
1.2. Цель и задачи программы.....	5
1.3. Содержание программы.....	5
1.4. Планируемые результаты .....	36
Раздел №2. «Комплекс организационно-педагогических условий»	
2.1. Календарный учебный график.....	38
2.2. Условия реализации программы.....	46
2.3. Формы контроля.....	46
2.4. Оценочные материалы.....	46
2.5. Методические материалы.....	54
2.6. Список литературы .....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	67

## РАЗДЕЛ №1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОГРАММЫ

### 1.1. Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Новые медиа» имеет социально-гуманитарную направленность и составлена в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года №273 «Об образовании Российской Федерации» (далее ФЗ);

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 июля 2022 года №629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам;

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 3.09.2019г. №467 «Об утверждении целевой модели развития региональной системы дополнительного образования детей»;

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.09.2021г. №652-н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»;

- Указ Президента РФ от 21.07.2020 №474 «О национальных целях развития РФ на период до 2030 года»;

- Постановление Государственного санитарного врача РФ 28.09.2020 г. СП 2.4. 3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

- Федеральный проект «Успех каждого ребенка» (протокол заседания проектного комитета по национальному проекту «Образование» от 07 4 декабря 2018 г. №3);

- Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. №996 – р); - Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года от 31 марта 2022 года №678-р;

- Письмо Департамента государственной политики в сфере воспитания детей и молодежи от 18.11.2015 № 09-3242 «Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые)»;

- На основании Устава МБОУ ДО «Центр дополнительного образования детей им. В. Волошиной» (далее Устав).

**Уровень программы:** базовая.

**Актуальность.** Актуальность программы «Новые медиа» обусловлена высокой степенью заинтересованности подрастающего поколения интернетом, интернет-коммуникацией и медиапространством. Современные дети и подростки – равноправный активный субъект коммуникации, – они познают мир посредством интернет-коммуникации.

В последние годы специфика и роль массовой коммуникации существенно изменилась. Новые медиа – понятие, базирующееся на трех принципах: цифровизация, интерактивность и мультимедийность. «Новые медиа — это новый вид онлайн СМИ, где любой пользователь сети Интернет, не обладающий навыками программирования, может участвовать в процессе создания, хранения и распространения социально значимой информации, имеющей периодический характер и адресованной широкой общественности» [Быков, 2011]. В рамках программы «Новые медиа» учащиеся формируют умения, связанные с восприятием, обработкой, передачей и созданием собственной информации, публикуемой в сети Интернет.

**Отличительная особенность** программы заключается в практической направленности. Программа «Новые медиа» дает возможность учащимся сразу самостоятельно использовать полученные навыки в ходе эмпирической деятельности. Освоение программы сопровождается участием в реализации муниципальных проектов, информационным освещением мероприятий разного уровня.

Отличительной особенностью данной программы является частичное (или полное) применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Основные элементы системы электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ЭОиДОТ), используемые в работе: видеоконференции, электронная почта, мессенджеры, социальные сети (ВКонтакте и пр.).

**Адресат программы.** Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Новые медиа» адресована учащимся образовательных учреждений в возрасте 12-18 лет, заинтересованных в журналистской деятельности, коммуникации в рамках интернет-дискурса. Программа «Новые медиа» направлена на реализацию творческого потенциала и профессиональное самоопределение учащихся.

**Условия набора учащихся:** на обучение по программе принимаются учащиеся образовательных учреждений в возрасте 12-18 лет. Медицинские справки для посещения занятий не требуются, вступительные испытания не проводятся. Программа не рассчитана на учащихся с ОВЗ.

**Объем программы:** 432 часа.

**Форма обучения:** очная с применением дистанционных технологий.

**Форма организации образовательной деятельности:** занятия проводятся в группах. В каждой группе не больше 15 учащихся.

При реализации программы применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. При электронном обучении с применением дистанционных технологий продолжительность непрерывной непосредственно образовательной деятельности составляет не более 30 минут. Во время онлайн-занятия проводится динамическая пауза, гимнастика для глаз.

**Виды занятий:** групповые (теоретические и практические) занятия, тренинги, упражнения, ролевые игры, беседы, разработка, реализация и защита проекта.

**Срок освоения программы.** 2 года  
**Режим занятий.** 2 раза в неделю по 3 часа.

## 1.2. Цель и задачи программы

**Цель программы:** содействие формированию творческой социально и познавательно активной личности в условиях деятельности подростковой мультимедийной редакции, генерирующей информационный контент, распространяемый посредством мультимедийных средств массовой информации.

**Задачи:**

**Предметные:**

- познакомить с историей традиционных СМИ, видами и особенностями современной журналистики;
- определить рамки новых медиа;
- сформировать навыки, необходимые при создании мультимедийного продукта.

**Метапредметные:**

- способствовать формированию умения самостоятельно определять цели деятельности, планировать и решать соответствующие задачи;
- способствовать формированию и развитию коммуникативных и организаторских особенностей;
- способствовать формированию и развитию навыков организации и самоорганизации, навыков сотрудничества и взаимодействия с социумом в рамках образовательной деятельности.

**Личностные:**

- способствовать формированию и развитию ответственности, коммуникабельности, стрессоустойчивости.

## 1.3. Содержание программы

**Учебный план**  
*1-й год обучения*

№ п/п	Наименование раздела, темы	Количество часов			Формы контроля
		Все го	Те ория	Пра ктика	
	Введение в образовательную программу	3	2	1	Тестирование
<b>1.</b>	<b>Раздел 1. Массмедиа. Традиционные СМИ</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	
1.1.	Понятие об информации, информационные технологии	3	2	1	Фронтальный опрос

1.2.	История журналистики. Отечественные и зарубежные СМИ	3	2	1	Фронтальный опрос
1.3.	Трансформация массмедиа. Новые и старые медиа	6	2	4	Викторина
<b>2</b>	<b>Раздел 2. СМИ и Интернет. Журналистика в современной системе интернет-коммуникации</b>	<b>27</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	
2.1.	Цифровизация медиа. Онлайн-журналистика	3	1	2	Фронтальный опрос
2.2.	Социальные сети: история, обзор, анализ	6	3	3	Творческое задание
2.3.	Социальные сети, мессенджеры и журналистика	6	2	4	Фронтальный опрос
2.4.	Правила поведения в социальных сетях	6	3	3	Зачет
2.5.	Тенденции и перспективы развития социальных медиа	6	2	4	Зачет
<b>3.</b>	<b>Раздел 3. Нормативно-правовая база журналиста</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	
3.1.	Международная правовая база	3	1	2	Зачет
3.2.	Федеральные законы. Закон о СМИ	3	1	2	Зачет
3.3.	Изменения законодательства в области регулирования СМИ	3	1	2	Зачет
3.4.	Ответственность журналиста. Клевета, диффамация, фейк	3	1	2	Зачет
3.5.	Права и обязанности журналиста	3	1	2	Ролевая игра
<b>4.</b>	<b>Раздел 4. Новые медиа и аудитория</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	
4.1.	Массовая аудитория	3	1	2	Фронтальный опрос
4.2.	Целевая аудитория	6	2	4	Фронтальный опрос
4.3.	Трансформация аудитории. Проблема исследования	6	2	4	Фронтальный опрос
4.4.	Онлайн-пользователь. Специфика интернет-аудитории	9	3	6	Творческое задание

<b>5.</b>	<b>Раздел 5. Сетевая журналистика. Контент</b>	<b>63</b>	<b>21</b>	<b>42</b>	
5.1	Виды публичных страниц и их различия	6	2	4	Зачет
5.2	Тип контента	6	2	4	Зачет
5.3	Текстовые форматы	6	2	4	Зачет
5.4	Видео-форматы	6	2	4	Зачет
5.5	Аудио-форматы	6	2	4	Зачет
5.6	Стрим. Специфика коммуникации	6	2	4	Зачет
5.7	Комментарий как отдельный жанр интернет-коммуникации	6	2	4	Зачет
5.8	Визуальные средства новых медиа	3	1	2	Зачет
5.9	Пользовательский контент и журналистика	3	1	2	Зачет
5.10	Блоггинг как современный феномен	6	2	4	Творческое задание
5.11	Контент-план	9	3	6	Защита проекта
<b>6.</b>	<b>Раздел 6. Коммуникация в рамках новых медиа</b>	<b>54</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	
6.1	Коммуникация и общение	3	1	2	Фронтальный опрос
6.2	Коммуникация как процесс. Модели коммуникации	6	2	4	Зачет
6.3	Интернет-коммуникация	12	4	8	Зачет
6.4	Лидеры мнений	6	2	4	Зачет
6.5	Культура отмены и кибербуллинг	6	2	4	Фронтальный опрос

6.6	Актуальные проблемы интернет-коммуникации	9	3	6	Зачет
6.7	Современное медиапотребление	12	4	8	Зачет
<b>7.1</b>	<b>Раздел 7. Анализ современных информационных площадок</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	
7.1	Влияние на медиасреду	6	2	4	Зачет
7.2	Жанровые особенности	6	2	4	Зачет
7.3	Роль обратной связи	6	2	4	Самостоятельная работа
<b>Итого часов:</b>		<b>216</b>	<b>77</b>	<b>139</b>	

*2-й год обучения*

№ п/п	Наименование раздела, темы	Количество часов			Формы контроля
		Все го	Теория	Практика	
<b>1.</b>	<b>Раздел 1. Развитие рекламы на пространстве новых медиа</b>	<b>45</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	
1.1.	Имидж и репутация и их роль в современной медиасреде	6	2	4	Зачет
1.2.	Технологии продвижения	9	3	6	Зачет
1.3.	Пиар-текст	24	8	16	Творческое задание
1.4.	Реклама как возможность заработка в интернете	6	2	4	Зачет
<b>2.</b>	<b>Раздел 2. Блог как современная форма медиакommunikации</b>	<b>72</b>	<b>24</b>	<b>48</b>	
2.1.	Блог как феномен новых медиа	9	3	6	Зачет
2.2.	«Новая искренность»	3	1	2	Зачет



2.3.	Блогерство как новая форма журналистики	9	3	6	Зачет
2.4.	Правовые основы блогерства	9	3	6	Тестирование
2.5.	Классификация блогов	12	4	8	Самостоятельная работа
2.6.	Актуальные средства блогосферы	9	3	6	Зачет
2.7.	Языковая личность блогера	12	4	8	Самостоятельная работа
2.8.	Создание личного блога	9	3	6	Творческое задание
<b>3.</b>	<b>Раздел 3. Личный бренд</b>	<b>39</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	
3.1.	Личный бренд. Понятие, структура, особенности	6	2	4	Фронтальный опрос
3.2.	Личный и корпоративный бренд	3	1	2	Зачет
3.3.	Стратегии личного бренда	6	2	4	Зачет
3.4.	Анализ личного бренда	18	6	12	Творческое задание
3.5.	Мой личный бренд	9	3	6	Защита проекта
<b>4.</b>	<b>Раздел 4. ВКонтакте как основная медиаплощадка Рунета</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	
4.1.	Социальная сеть ВКонтакте: особенности медиапроизводства	3	1	2	Зачет
4.2.	ВКонтакте – новые медиа: возможности, перспективы	6	2	4	Самостоятельная работа
4.3.	Контент ВКонтакте	3	1	2	Фронтальный опрос

4.4.	ВКонтакте: контент-план	12	4	8	Зачет
<b>5.</b>	<b>Раздел 5. Мессенджер как новые медиа. Телеграм-журналистика</b>	<b>42</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	
5.1.	Как мессенджеры изменили СМИ	6	2	4	Зачет
5.2.	Телеграм-канал как платформа для СМИ	9	3	6	Зачет
5.3.	Жанровые особенности телеграм-поста	9	3	6	Фронтальный опрос
5.4.	Телеграм-канал: контент-план	12	4	8	Зачет
<b>Итого часов:</b>		<b>216</b>	<b>72</b>	<b>144</b>	

### Содержание учебного плана

*1-й год обучения*

#### **Введение в дополнительную общеразвивающую программу**

Теория: Знакомство с целями, задачами и основными разделами программы.

Практика: Игры на знакомство.

Форма контроля: Тестирование «Кто такой журналист?»

ЭОиДОТ:

Теория: Знакомство с целями, задачами и основными разделами программы на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Игры на знакомство на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,

Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Тестирование «Кто такой журналист?»

#### **Раздел 1. Массмедиа. Традиционные СМИ.**

##### **1.1 Понятие об информации, информационные технологии**

Теория: Понятие об информации. Общая типология информационных ресурсов. Источники информации. Методология получения информации: коммуникативные, некоммуникативные и аналитические способы. Информационные технологии в журналистике.

Практика: Круглый стол «Журналистика как информационное явление»

Форма контроля: Фронтальный опрос «Информация и информационные технологии»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие об информации. Общая типология информационных ресурсов. Источники информации. Методология получения информации: коммуникативные, некоммуникативные и аналитические способы. Информационные технологии в журналистике» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Практика: Круглый стол «Журналистика как информационное явление» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Информация и информационные технологии»

### **1.2. История журналистики. Отечественные и зарубежные СМИ**

Теория: Пражурналистика. Возникновение журналистики: Древняя Греция. Рим. История первой печати. Журналистика Западной Европы и Америки XVII-XX вв. Отечественная журналистика XIX-XX вв. Первые периодические издания.

Практика: Ролевая игра «Беседа из прошлого»

Форма контроля: Фронтальный опрос «Возникновение мировой журналистики»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Пражурналистика. Возникновение журналистики: Древняя Греция. Рим. История первой печати. Журналистика Западной Европы и Америки XVII-XX вв. Отечественная журналистика XIX-XX вв. Первые периодические издания.»

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Практика: Ролевая игра «Беседа из прошлого» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Возникновение мировой журналистики»

### **1.3. Трансформация массмедиа. Новые и старые медиа**

Теория: Понятие «новые медиа». Предпосылки изменения медиа. Преимущества новых медиа по сравнению с традиционными. Человек как вид медиа. Кризис старых форматов прессы на фоне мультимедийных проектов.

Практика: Анализ текста традиционных СМИ и новых медиа

Форма контроля: Викторина «Новые и старые медиа»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «новые медиа». Предпосылки изменения медиа. Преимущества новых медиа по сравнению с традиционными. Человек как вид медиа. Кризис старых форматов прессы на фоне мультимедийных проектов» на информационно-коммуникационной

платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Практика: Анализ текста традиционных СМИ и новых медиа на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма контроля: Викторина «Новые и старые медиа»

## **Раздел 2. СМИ и Интернет. Журналистика в современной системе интернет-коммуникации**

### **2.1. Цифровизация медиа. Онлайн-журналистика**

Теория: История цифровой культуры (Дж. Стерн). Технологический и экономический детерминизм. Смена парадигмы. Культура Web 2.0 и Web 3.0.

Практика: Эссе «Как цифровизация поменяла журналистику?»

Форма контроля: Фронтальный опрос «Современный журналист – это?»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал: «История цифровой культуры (Дж. Стерн). Технологический и экономический детерминизм. Смена парадигмы. Культура Web 2.0 и Web 3.0.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Практика: Эссе «Как цифровизация поменяла журналистику?» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Современный журналист – это?»

### **2.2. Социальные сети: история, обзор, анализ**

Теория: Понятие социальной сети. История возникновения первых социальных сетей. Classmates.com, LinkedIn, MySpace, Facebook и российские аналоги. Виды социальных сетей. Современные социальные сети.

Практика: Изучение функций социальной сети ВКонтакте.

Форма контроля: Презентация своей любимой социальной сети.

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие социальной сети. История возникновения первых социальных сетей. Classmates.com, LinkedIn, MySpace, Facebook и российские аналоги. Виды социальных сетей. Современные социальные сети» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Практика: Изучение функций социальной сети ВКонтакте на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма контроля: Изучение функций социальной сети ВКонтакте

### **2.3. Социальные сети, мессенджеры и журналистика**

Теория: Особенности потребления новостей в Интернете. Приложения и мессенджеры как новые инструменты взаимодействия с аудиторией. Влияние мессенджеров на журналистику. Эффективность журналиста на просторах интернета.

Практика: Создание телеграм-канала.

Форма контроля: Фронтальный опрос «Новость в социальной сети».

ЭОиДОТ:

Теория: «Особенности потребления новостей в Интернете. Приложения и мессенджеры как новые инструменты взаимодействия с аудиторией. Влияние мессенджеров на журналистику. Эффективность журналиста на просторах интернета.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание телеграм-канала.

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Новость в социальной сети».

### **2.4. Правила поведения в социальных сетях**

Теория: Профессиональные стандарты. Этика интернет-журналистики. Три закона журналистики. Этическое регулирование информационного поведения пользователей.

Практика: Анализ редакционных стандартов социальных сетей

Форма контроля: Зачет «Нормы и правила поведения в социальных сетях»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Профессиональные стандарты. Этика интернет-журналистики. Три закона журналистики. Этическое регулирование информационного поведения пользователей» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ редакционных стандартов социальных сетей на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Нормы и правила поведения в социальных сетях»

### **2.5. Тенденции и перспективы развития онлайн-медиа**

Теория: Состояние традиционных медиа. Медиа-тренды. Медиа будущего. Альтернативные формы СМИ. Специализированные СМИ. Инфлюенс-маркетинг. Искусственный интеллект и СМИ.

Практика: Составление плана развития социальных сетей в соответствии с современными тенденциями.

Форма контроля: Зачет «Тенденции и перспективы развития новых СМИ»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Состояние традиционных медиа. Медиа-тренды. Медиа будущего. Альтернативные формы СМИ. Специализированные СМИ. Инфлюенс-маркетинг. Искусственный интеллект и СМИ.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Составление плана развития социальных сетей в соответствии с современными тенденциями на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Тенденции и перспективы развития новых СМИ»

### **Раздел 3. Нормативно-правовая база журналиста**

#### **3.1. Международная правовая база**

Теория: Вопрос свободы СМИ. Международные стандарты регулирования СМИ. Стандарты ООН. Система контроля в рамках ООН. Стандарты Совета Европы. Система контроля в рамках Совета Европы. Стандарты ОБСЕ.

Практика: Изучение нормативно-правовых актов

Форма контроля: Зачет «Международная правовая база»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Вопрос свободы СМИ. Международные стандарты регулирования СМИ. Стандарты ООН. Система контроля в рамках ООН. Стандарты Совета Европы. Система контроля в рамках Совета Европы. Стандарты ОБС» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Изучение нормативно-правовых актов на информационно-коммуникационной платформе «Сферум». Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Международная правовая база»

#### **3.2. Федеральные законы**

Теория: Федеральный закон № 2124-1 (ред. от 13.06.2023) «О средствах массовой информации». Федеральный закон № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Федеральный закон № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах». Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе».

Практика: Изучение нормативно-правовых актов

Форма контроля: Зачет «Федеральные законы»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Федеральный закон № 2124-1 (ред. от 13.06.2023) «О средствах массовой информации». Федеральный закон № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Федеральный закон № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах». Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Изучение нормативно-правовых актов на информационно-коммуникационной платформе «Сферум». Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Федеральные законы»

### **3.3. Изменения законодательства в области регулирования СМИ**

Теория: Тенденции регулирования СМИ в РФ. Обзор актуальных изменений Закона о СМИ.

Практика: Изучение нормативно-правовых актов

Форма контроля: Зачет «Изменения законодательства в области регулирования СМИ»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Тенденции регулирования СМИ в РФ. Обзор актуальных изменений Закона о СМИ» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Изучение нормативно-правовых актов на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Изменения законодательства в области регулирования СМИ»

### **3.4. Ответственность журналиста. Клевета, диффамация, фейк.**

Теория: Виды ответственности. Безопасность журналиста. Понятие клеветы, диффамации и фейка: сравнение.

Практика: Анализ существующих кейсов привлечения к ответственности

Форма контроля: Зачет «Ответственность журналиста»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Виды ответственности. Безопасность журналиста. Понятие клеветы, диффамации и фейка: сравнение» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ существующих кейсов привлечения к ответственности на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Ответственность журналиста»

### **3.5. Права и обязанности журналиста**

Теория: Комментарии к ФЗ «Закон о СМИ». Права и обязанности журналиста. Порядок реализации прав. Ограничение прав и обязанностей.

Практика: Ролевая игра «Я – журналист»

Форма контроля: Составление кодекса журналиста

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Комментарии к ФЗ «Закон о СМИ». Права и обязанности журналиста. Порядок реализации прав. Ограничение прав и обязанностей» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Ролевая игра «Я – журналист» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум»

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум». Форма контроля: Составление кодекса журналиста

## **Раздел 4. Новые медиа и аудитория**

### **4.1. Массовая аудитория**

Теория: Понятие и характеристики массовой аудитории. Психология поведения массовой аудитории. Характер коммуникации с массовой аудиторией

Практика: Составление схем коммуникативного процесса

Форма контроля: Фронтальный опрос «Специфика массовой коммуникации»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие и характеристики массовой аудитории. Психология поведения массовой аудитории. Характер коммуникации с массовой аудиторией» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Составление схем коммуникативного процесса на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Специфика массовой коммуникации»

### **4.2. Целевая аудитория**

Теория: Определение целевой аудитории. Признаки целевой аудитории. Сегменты целевой аудитории. Целевая и ключевая аудитория. Потенциальная аудитория. Контрольная группа.

Практика: Определение целевой аудитории текстов

Форма контроля: Фронтальный опрос «Целевая аудитория»



ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Определение целевой аудитории. Признаки целевой аудитории. Сегменты целевой аудитории. Целевая и ключевая аудитория. Потенциальная аудитория. Контрольная группа.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Определение целевой аудитории текстов на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Целевая аудитория».

#### **4.3. Трансформация аудитории. Проблемы исследования**

Теория: Особенности аудитории новых медиа. Факторы, повлиявшие на трансформацию. Тенденции изменений. Новое восприятие контента.

Практика: Создание контента в соответствии с особенностями аудитории

Форма контроля: Фронтальный опрос «Новая аудитория»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Особенности аудитории новых медиа. Факторы, повлиявшие на трансформацию. Тенденции изменений. Новое восприятие контента» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание контента в соответствии с особенностями аудитории на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Новая аудитория»

#### **4.4. Онлайн-пользователь. Специфика интернет-аудитории**

Теория: Особенности целевой аудитории интернета. Типология интернет-аудитории. Характеристика рядового пользователя. Особенности интернет-аудитории в России. Особенности состава аудитории интернет-СМИ.

Практика: Характеристика пользователей социальных сетей

Форма контроля: Творческое задание «Характеристика интернет-пользователя (себя, друга, знакомого и пр.)»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Особенности целевой аудитории интернета. Типология интернет-аудитории. Характеристика рядового пользователя. Особенности интернет-аудитории в России. Особенности состава аудитории интернет-СМИ» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Характеристика пользователей социальных сетей на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Творческое задание «Характеристика интернет-пользователя (себя, друга, знакомого и пр.)»

## **Раздел 5. Сетевая журналистика. Контент**

### **5.1. Виды публичных страниц и их различия**

Теория: Типы социальных сетей и различие контента. Определение «публичной страницы». Профиль. Паблик. Группа. Канал. Сообщество.

Практика: Характеристика публичной страницы

Форма контроля: Зачет «Виды публичных страниц в Интернете»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Типы социальных сетей и различие контента. Определение «публичной страницы». Профиль. Паблик. Группа. Канал. Сообщество» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Характеристика публичной страницы на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум». Форма контроля: Зачет «Виды публичных страниц в Интернете»

### **5.2. Типы контента**

Теория: Понятие «контент». Информационный (образовательный) контент. Рекламный (продающий) контент. Вовлекающий контент. Вирусный (ситуативный) контент. Развлекательный контент. Преимущества и недостатки.

Практика: Создание единицы контента

Форма контроля: Зачет «Типы контента»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «контент». Информационный (образовательный) контент. Рекламный (продающий) контент. Вовлекающий контент. Вирусный (ситуативный) контент. Развлекательный контент. Преимущества и недостатки» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание единицы контента на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Типы контента»

### **5.3. Текстовые форматы**

Теория: Особенности интернет-текста. Структура текста. Кейс.

Лендинг. Инструкция. Разбор. Пресс-релиз и пост-релиз. Колонка. Интервью. Подборка.

Практика: Написание текста для социальной сети.

Форма контроля: Зачет «Текстовый контент»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Особенности интернет-текста. Структура текста. Кейс. Лендинг. Инструкция. Разбор. Пресс-релиз и пост-релиз. Колонка. Интервью. Подборка.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Написание текста для социальной сети на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,

Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Текстовый контент»

#### **5.4. Видео-форматы**

Теория: Понятие «видеоконтент». Цели и задачи видеоконтента. Виды роликов. Площадки для видеоконтента.

Практика: Создание видеоролика для социальной сети.

Форма контроля: Зачет «Видеоконтент»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «видеоконтент». Цели и задачи видеоконтента. Виды роликов. Площадки для видеоконтента» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание видеоролика для социальной сети на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,

Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Видеоконтент»

#### **5.5. Аудио-форматы**

Теория: Понятие «аудиоконтент». Цели и задачи аудиоконтента. Виды роликов. Площадки для аудиоконтента.

Практика: Создание аудио-формата для социальной сети.

Форма контроля: Зачет «Аудиоконтент»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «аудиоконтент». Цели и задачи аудиоконтента. Виды роликов. Площадки для аудиоконтента» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание аудио-формата для социальной сети на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,

Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Аудиоконтент»

### **5.6. Стрим. Специфика коммуникации**

Теория: Понятие «прямая трансляция». Основные стриминговые направления. Площадки для прямых трансляций. Стриминг в маркетинге. Стрим как новый вид коммуникации

Практика: Применение стриминга в СМИ. Примеры

Форма контроля: Зачет «Стриминг»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «прямая трансляция». Основные стриминговые направления. Площадки для прямых трансляций. Стриминг в маркетинге. Стрим как новый вид коммуникации» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Применение стриминга в СМИ на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Стриминг»

### **5.7. Комментарий как отдельный жанр интернет-коммуникации**

Теория: Понятие «комментарий». Особенности интернет-комментариев. Комментарий как средство получения информации. Комментарий как способ современного общения.

Практика: Анализ комментариев социальной сети

Формы контроля: Зачет «Интернет-комментарии»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «комментарий». Особенности интернет-комментариев. Комментарий как средство получения информации. Комментарий как способ современного общения» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ комментариев социальной сети на платформе Zoom.

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Интернет-комментарии»

### **5.8. Визуальные средства новых медиа**

Теория: Визуальная культура. Визуализация. Медиа-дизайн. Визуальная составляющая социальных сетей. Типология.

Практика: Анализ социальных сетей популярных СМИ

Форма контроля: Зачет «Визуальные средства новых медиа»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Визуальная культура. Визуализация. Медиа-дизайн. Визуальная составляющая социальных сетей.

Типология.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ социальных сетей популярных СМИ на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум». Форма контроля: Зачет «Визуальные средства новых медиа»

### **5.9. Пользовательский контент и журналистика**

Теория: Понятие «пользовательский контент». Любительские публикации на различных платформах. Любительская журналистика. Значение любительской журналистики для новых медиа.

Практика: Сравнение профессионального и любительского контента  
Форма контроля: Зачет «Любительская журналистика»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «пользовательский контент». Любительские публикации на различных платформах. Любительская журналистика. Значение любительской журналистики для новых медиа.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Сравнение профессионального и любительского контента на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум». Форма контроля: Зачет «Любительская журналистика»

### **5.10. Блоггинг как современный феномен**

Теория: Понятия «блог» и «блоггинг». История блоггерства. Основные характеристики блоггинга. Портрет блогера. Типология блогеров. Блогер как современный лидер мнений. Блогер и новые медиа.

Практика: Анализ контента блогеров на различных платформах.  
Форма контроля: Зачет «Блоггинг».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятия «блог» и «блоггинг». История блоггерства. Основные характеристики блоггинга. Портрет блогера. Типология блогеров. Блогер как современный лидер мнений. Блогер и новые медиа» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ контента блогеров на различных платформах. на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум». Форма контроля: Зачет «Блоггинг»

### **5.11. Контент-план**

Теория: Понятие «контент-план». Контент-план для социальных сетей. Составление контент-плана. Правила и рекомендации.

Практика: Разработка контент-плана для социальной сети.  
Форма контроля: Защита разработанного медиа-проекта

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «контент-план». Контент-план для социальных сетей. Составление контент-плана. Правила и рекомендации» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Разработка критериев контент-плана для социальной сети на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Защита разработанного медиа-проекта.

## **Раздел 6. Коммуникация в рамках новых медиа**

### **6.1. Коммуникация и общение**

Теория: Понятие «коммуникация». Понятие «общение». Виды коммуникации. Стороны общения. Общение и коммуникация: сходства и различия.

Практика: Анкета «Уровень коммуникативных способностей»

Форма контроля: Фронтальный опрос «Коммуникация и общение»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «коммуникация». Понятие «общение». Виды коммуникации. Стороны общения. Общение и коммуникация: сходства и различия» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анкета «Уровень коммуникативных способностей» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Коммуникация и общение»

### **6.2. Коммуникация как процесс. Модели коммуникации**

Теория: Компоненты коммуникации. Функции коммуникации. Типы коммуникации. Модели коммуникации. Понятие «взаимодействие». Типы взаимодействия.

Практика: Создание модели коммуникации в социальной сети

Форма контроля: Зачет «Коммуникация как процесс»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Компоненты коммуникации. Функции коммуникации. Типы коммуникации. Модели коммуникации. Понятие «взаимодействие». Типы взаимодействия» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание модели коммуникации в социальной сети на

информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Коммуникация как процесс»

### **6.3. Интернет-коммуникация**

Теория: Понятие «интернет-коммуникация». Классификация типов интернет-коммуникации. Особенности интернет-коммуникации. Проблемы интернет-коммуникации. Правила коммуникации в интернете.

Практика: Решение кейсов «Проблемы интернет-коммуникации»

Форма контроля: Зачет «Интернет-коммуникация»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «интернет-коммуникация». Классификация типов интернет-коммуникации. Особенности интернет-коммуникации. Проблемы интернет-коммуникации. Правила коммуникации в интернете» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Решение кейсов «Проблемы интернет-коммуникации» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Интернет-коммуникация».

### **6.4. Лидеры мнений**

Теория: Понятие «лидер мнений». Классификация лидеров мнений. Взаимодействие с аудиторией. Лидеры мнений в социальных сетях. Блогер и лидер мнений.

Практика: Составление алгоритма взаимодействия с лидером мнений.

Форма контроля: Зачет «Лидеры мнений»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «лидер мнений». Классификация лидеров мнений. Взаимодействие с аудиторией. Лидеры мнений в социальных сетях. Блогер и лидер мнений» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Составление алгоритма взаимодействия с лидером мнений на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Лидеры мнений».

### **6.5. Культура отмены и кибербуллинг**

Теория: Феномен «культура отмены». Особенности современного интернет-сознания. Культура отмены как проявление кибербуллинга в медиа. Понятие «кибербуллинг». Формы кибербуллинга. Способы защиты и борьбы.

Практика: Разработка алгоритма действий в ситуации кибербуллинга.  
Форма контроля: Фронтальный опрос «Культура отмены и кибербуллинг».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Феномен «культура отмены». Особенности современного интернет-сознания. Культура отмены как проявление кибербуллинга в медиа. Понятие «кибербуллинг». Формы кибербуллинга. Способы защиты и борьбы.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: : Разработка алгоритма действий в ситуации кибербуллинга на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Культура отмены и кибербуллинг».

#### **6.6. Актуальные проблемы медиа-коммуникации**

Теория: Анализ современного медиапространства. Журналистика мнения и журналистика факта. Коммуникация текста на разных уровнях языка. Цели и задачи современной журналистики.

Практика: Разработка новых форматов коммуникации в социальных сетях

Форма контроля: Зачет «Актуальные проблемы медиа-коммуникации»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Анализ современного медиапространства. Журналистика мнения и журналистика факта. Коммуникация текста на разных уровнях языка. Цели и задачи современной журналистики» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Разработка новых форматов коммуникации в социальных сетях на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Актуальные проблемы медиа-коммуникации»

#### **6.7. Современное медиапотребление**

Теория: Понятие «медиапотребление». Характеристика медиа-аудитории. Особенности в условиях трансформации общества. Медиаландшафт. Медиабизнес.

Практика: Анализ степени персонального потребления контента (в течение дня, 3 дней, недели и т.д.)

Форма контроля: Зачет «Медиапотребление»



ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «медиапотребление». Характеристика медиа-аудитории. Особенности в условиях трансформации общества. Медиаландшафт. Медиабизнес.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ степени персонального потребления контента (в течение дня, 3 дней, недели и т.д.) на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Медиапотребление».

## **Раздел 7. Анализ современных информационных площадок**

### **7.1. Влияние на медиасреду**

Теория: Популярные медиaprостранства, сайты, площадки для создания и публикации контента. Уникальность контента. Плагиат, компиляция и отсылка.

Практика: Анализ уникальности популярных медиаплощадок и социальных сетей

Форма контроля: Зачет «Влияние на медиасреду»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Популярные медиaprостранства, сайты, площадки для создания и публикации контента. Уникальность контента. Плагиат, компиляция и отсылка» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ уникальности популярных медиаплощадок и социальных сетей на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Влияние на медиасреду»

### **7.2. Жанровые особенности**

Теория: Виды медиаплатформ. Основные функции. Специфические особенности.

Практика: Разработка новой площадки для медиаконтента.

Форма контроля: Зачет «Жанровые особенности»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Виды медиаплатформ. Основные функции. Специфические особенности» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Разработка новой площадки для медиаконтента на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,

Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».  
Форма контроля: Зачет «Жанровые особенности»

### **7.3. Роль обратной связи**

Теория: Понятие «обратная связь». Виды обратной связи. Формы получения обратной связи. Возможности популярных медиаплощадок

Практика: Отзыв о деятельности популярных медиаплощадок.

Форма контроля: Самостоятельная работа «Анализ современных информационных площадок».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «обратная связь». Виды обратной связи. Формы получения обратной связи. Возможности популярных медиаплощадок» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Отзыв о деятельности популярных медиаплощадок на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Самостоятельная работа «Анализ современных информационных площадок».

*2-й год обучения*

## **Раздел 1. Развитие рекламы на пространстве новых медиа**

### **1.1. Имидж и репутация и их роль в современной медиасреде**

Теория: Понятия «имидж» и «репутация». Соотношение понятий. Виды имиджа. Имидж СМИ. Репутация: классификация. Управление репутацией, репутационные регуляторы.

Практика: Решение кейсов «Имидж и репутация».

Форма контроля: Зачет «Имидж и репутация и их роль в современной медиасреде»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятия «имидж» и «репутация». Соотношение понятий. Виды имиджа. Имидж СМИ. Репутация: классификация. Управление репутацией, репутационные регуляторы» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Решение кейсов «Имидж и репутация» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум». Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Имидж и репутация и их роль в современной медиасреде».

### **1.2. Технологии продвижения**

Теория: Общие понятия PR. Интернет-маркетинг. Продвижение в социальных сетях: форматы и методы.

Практика: Применение рг-технологий в социальной сети.

Форма контроля: Зачет «Технологии продвижения»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Общие понятия PR. Интернет-маркетинг. Продвижение в социальных сетях: форматы и методы» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Применение рг-технологий в социальной сети на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Технологии продвижения»

### **1.3. Пиар-текст**

Теория: Понятие «пиар-текст». Особенности пиар-текста. Бэкграунлер. Обзорная статья. Отчет. Авторская статья. Фичер. Имиджевая статья. Имиджевое интервью. Кейс-стори. Пресс-релиз. Построение пиар-текста.

Практика: Написание пиар-текстов.

Форма контроля: Творческое задание «Подготовка к пресс-конференции»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «пиар-текст». Особенности пиар-текста. Бэкграунлер. Обзорная статья. Отчет. Авторская статья. Фичер. Имиджевая статья. Имиджевое интервью. Кейс-стори. Пресс-релиз. Построение пиар-текста» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Написание пиар-текстов на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Творческое задание «Подготовка к пресс-конференции»

### **1.4. Реклама как возможность заработка в интернете**

Теория: Основы рекламы. Нормативно-правовые акты. Виды рекламы. Партнерская программа. Рекламная интеграция. Монетизация блога.

Практика: Решение кейс-заданий

Форма контроля: Зачет «Реклама в интернете»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Основы рекламы. Нормативно-правовые акты. Виды рекламы. Партнерская программа. Рекламная интеграция. Монетизация блога.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Решение кейс-заданий на информационно-коммуникационной

платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,  
Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Реклама в интернете»

## **Раздел 2. Блог как современная форма медиакommunikации**

### **2.1. Блог как феномен новых медиа**

Теория: Понятие «блог». История блоггерства. Особенности блогосферы. Феномен популярности блога.

Практика: Анализ контента популярных блогеров

Форма контроля: Зачет «Блогосфера»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «блог». История блоггерства. Особенности блогосферы. Феномен популярности блога.» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика Анализ контента популярных блогеров на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,  
Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Блогосфера».

### **2.2. «Новая искренность»**

Теория: Феномен «новой искренности». Истоки и современное воплощение. Особенности контекста. «Новая искренность» и «новая серьезность».

Практика: Решение кейс-заданий

Форма контроля: Зачет «Новая искренность»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Феномен «новой искренности». Истоки и современное воплощение. Особенности контекста. «Новая искренность» и «новая серьезность»» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Решение кейс-заданий на информационно-коммуникационной платформе «Сферум»

Форма обратной связи: электронная почта педагога,  
Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Новая искренность»

### **2.3. Блоггерство как новая форма журналистики**

Теория: Виды блогов. Специфика ведения блога. Сходства и различия между блогом, интернет-журналистикой и традиционными СМИ.

Практика: Анализ блогеров-журналистов и их контента.

Форма контроля: Зачет «Блоггерство как новая форма журналистики»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Виды блогов. Специфика ведения блога. Сходства и различия между блогом, интернет-журналистикой и традиционными СМИ» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ блогеров-журналистов и их контента на информационно-коммуникационной платформе «Сферум»

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Блоггерство как новая форма журналистики»

#### **2.4. Правовые основы блоггерства**

Теория: Особенности правового регулирования блогосферы. Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе». Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Уголовный кодекс РФ. Гражданский кодекс РФ. Кодекс РФ об административных правонарушениях.

Практика: Изучение нормативно-правовых актов.

Форма контроля: Зачет «Правовые основы блоггерства»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Особенности правового регулирования блогосферы. Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе». Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Уголовный кодекс РФ. Гражданский кодекс РФ. Кодекс РФ об административных правонарушениях» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Изучение нормативно-правовых актов на информационно-коммуникационной платформе «Сферум»

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Правовые основы блоггерства»

#### **2.5. Классификация блогов**

Теория: Целевой критерий. Тематический критерий. Критерий контента (блог и тамблелог). Технический критерий.

Практика: Разработка тематического блога.

Форма контроля: Самостоятельная работа «Классификация блогов»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Целевой критерий. Тематический критерий. Критерий контента (блог и тамблелог). Технический критерий» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Разработка тематического блога на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Самостоятельная работа «Классификация блогов»

## **2.6. Актуальные средства блогосферы**

Теория: Особенности коммуникации в блоге. Коммуникативные модели блога и их отличия от традиционных СМИ. Особенности распространения информации в блоге.

Практика: Решение кейс-заданий

Форма контроля: Зачет «Средства блогосферы»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Особенности коммуникации в блоге. Коммуникативные модели блога и их отличия от традиционных СМИ. Особенности распространения информации в блоге» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Решение кейс-заданий на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Средства блогосферы»

## **2.7. Языковая личность блогера**

Теория: Понятие «языковая личность». Типология языковых личностей. Языковая виртуальная личность. Языковые особенности блога.

Практика: Конструирование языковой личности популярного блогера.

Форма контроля: Самостоятельная работа «Речевой портрет моего любимого блогера»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «языковая личность». Типология языковых личностей. Языковая виртуальная личность. Языковые особенности блога» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Конструирование языковой личности популярного блогера

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Самостоятельная работа «Речевой портрет моего любимого блогера»

## **2.8. Создание личного блога**

Теория: Платформы для создания блога. Тематика блога. Контент-план. Продвижение личного блога.

Практика: Создание контент-плана для личного блога в социальной сети.

Форма контроля: Творческое задание «Создание личного блога».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Платформы для создания блога.

Тематика блога. Контент-план. Продвижение личного блога» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание контент-плана для личного блога в социальной сети на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Творческое задание «Создание личного блога».

### **Раздел 3. Личный бренд**

#### **3.1. Личный бренд. Понятие, структура, особенности.**

Теория: Понятие «личный бренд». Специфика личного бренда. Составляющие личного бренда. Роль персонального бренда. Личный бренд как отражение ценностей.

Практика: Упражнение «Личная цель». Упражнение «Окно Джохари».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Личный бренд».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «личный бренд». Специфика личного бренда. Составляющие личного бренда. Роль персонального бренда. Личный бренд как отражение ценностей» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Упражнение «Личная цель», упражнение «Окно Джохари» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Личный бренд».

#### **3.2. Личный и корпоративный бренд**

Теория: Понятие «корпоративный бренд». Взаимодействие корпоративного и персонального бренда. Личный бренд и корпоративная репутация.

Практика: Решение кейс-заданий.

Формы контроля: Зачет «Личный и корпоративный бренд».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «корпоративный бренд». Взаимодействие корпоративного и персонального бренда. Личный бренд и корпоративная репутация» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Решение кейс-заданий на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Личный и корпоративный бренд».

#### **3.3. Стратегии личного бренда**

Теория: Создание личного бренда. Позиционирование. Упаковка. Площадка. Контент. Продвижение. Реализация стратегии личного бренда. Стратегии личного бренда в социальных сетях.

Практика: Разработка личного бренда.

Форма контроля: Зачет «Стратегии личного бренда».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Создание личного бренда. Позиционирование. Упаковка. Площадка. Контент. Продвижение. Реализация стратегии личного бренда. Стратегии личного бренда в социальных сетях» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Разработка личного бренда на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Стратегии личного бренда».

### **3.4. Анализ личного бренда**

Теория: Личный бренд и самопрезентация. Технологии анализа личного бренда. SWOT анализ.

Практика: Изучение и анализ личных брендов популярных людей.

Форма контроля: Творческое задание «Личный бренд моего кумира».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Личный бренд и самопрезентация. Технологии анализа личного бренда. SWOT анализ» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Изучение и анализ личных брендов популярных людей на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Творческое задание «Личный бренд моего кумира».

### **3.5. Мой личный бренд**

Теория: Алгоритм создания личного бренда. Анализ компонентов личного бренда. Поиск ниши. Целевая аудитория. Распространенные ошибки.

Практика: Решение кейс-заданий

Форма контроля: Защита проекта «Концепция моего личного бренда».

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Алгоритм создания личного бренда. Анализ компонентов личного бренда. Поиск ниши. Целевая аудитория. Распространенные ошибки» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».



Практика: Решение кейс-заданий на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,

Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Защита проекта «Концепция моего личного бренда».

#### **Раздел 4. ВКонтакте как основная медиаплощадка Рунета**

##### **4.1. Социальная сеть ВКонтакте: особенности медиапроизводства**

Теория: Особенности медиапроизводства в социальных сетях.

Продюсирование. Производство контента.

Практика: Анализ сообществ ВКонтакте.

Формы контроля: Зачет «Тим-лидер»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Особенности медиапроизводства в социальных сетях. Продюсирование. Производство контента» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ сообществ ВКонтакте на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога,

Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Социальная сеть ВКонтакте»

##### **4.2. ВКонтакте – новые медиа: возможности, перспективы**

Теория: Распространение информации в социальной сети. Аудитория социальной сети. Преимущества и недостатки социальной сети. Тенденции развития площадки.

Практика: Разработка плана развития в социальной сети.

Форма контроля: Самостоятельная работа «Анализ ВКонтакте как медиаплощадки»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Распространение информации в социальной сети. Аудитория социальной сети. Преимущества и недостатки социальной сети. Тенденции развития площадки» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Разработка плана развития в социальной сети на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Самостоятельная работа «Анализ ВКонтакте как медиаплощадки».

##### **4.3. Контент ВКонтакте**

Теория: Виды форматов. Запись на стене. История. ВК Клип. ВК Видео. ВК Музыка. Вложения.

Практика: Создание контента ВКонтакте.

Форма контроля: Фронтальный опрос «Контент ВКонтакте»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Виды форматов. Запись на стене. История. ВК Клип. ВК Видео. ВК Музыка. Вложения» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание контента ВКонтакте на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Фронтальный опрос «Контент ВКонтакте»

#### **4.4. ВКонтакте: контент-план**

Теория: Контент-план популярных пабликов ВКонтакте. Пошаговый алгоритм создания контент-плана.

Практика: Создание контент-плана и публикация контента

Форма контроля: Зачет «ВКонтакте: контент-план»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Контент-план популярных пабликов ВКонтакте. Пошаговый алгоритм создания контент-плана» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Создание контент-плана и публикация контента на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «ВКонтакте: контент-план»

### **Раздел 5. Мессенджер как новые медиа. Телеграм-журналистика**

#### **5.1. Как мессенджеры изменили СМИ**

Теория: Понятие «мессенджер». Функции мессенджеров. Виды мессенджеров. Мессенджер как альтернативные СМИ.

Практика: Анализ перехода СМИ на новые платформы

Форма контроля: Зачет «Как мессенджеры изменили СМИ»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Понятие «мессенджер». Функции мессенджеров. Виды мессенджеров. Мессенджер как альтернативные СМИ» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика Анализ перехода СМИ на новые платформы на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Как мессенджеры изменили СМИ»

## **5.2. Телеграм-канал как платформа для СМИ**

Теория: Телеграм-канал. Особенности. Средства передачи и восприятия информации. Телеграм как платформа новые медиа.

Практика: Анализ телеграм-каналов

Форма контроля: Зачет «Телеграм-канал как платформа для СМИ»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Телеграм-канал. Особенности. Средства передачи и восприятия информации. Телеграм как платформа новые медиа» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Анализ телеграм-каналов на информационно-коммуникационной платформе «Сферум». Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Телеграм-канал как платформа для СМИ»

## **5.3. Жанровые особенности телеграм-поста**

Теория: Популярные жанры публикаций в Телеграм. Особенности публикации в Телеграм. Взаимодействие с аудиторией: реакции, комментарии, чат.

Практика: Решение кейс-заданий

Форма контроля: Фронтальный опрос «Жанровые особенности телеграм-поста»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Популярные жанры публикаций в Телеграм. Особенности публикации в Телеграм. Взаимодействие с аудиторией: реакции, комментарии, чат» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Решение кейс-заданий на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум». Форма контроля: Фронтальный опрос «Жанровые особенности телеграм-поста»

## **5.4. Телеграм-канал: контент-план**

Теория: Контент-план популярных Телеграм-каналов. Контент корпораций. Персональный контент.

Практика: Составление контент-плана и публикация контента.

Форма контроля: Зачет «Телеграм-канал: контент план»

ЭОиДОТ:

Теория: Информационный материал «Контент-план популярных Телеграм-каналов. Контент корпораций. Персональный контент» на информационно-коммуникационной платформе «Сферум».

Практика: Составление контент-плана и публикация контента.

Форма обратной связи: электронная почта педагога, Информационно-коммуникационная платформа «Сферум».

Форма контроля: Зачет «Телеграм-канал: контент план»

## 1.5. Планируемые результаты

### 1. Предметные результаты:

*По окончании первого года обучения, учащиеся знают:*

- историю появления и современное развитие новых медиа;
- основные медиаплощадки в России и мире;
- понятие «журналистика» и особенности современного журналиста;
- нормативно-правовую базу журналиста;
- права и обязанности журналиста;
- формы коммуникации;
- компетенции журналиста;
- виды интернет-коммуникации;
- особенности работы традиционных СМИ и современных онлайн-площадок.

*По окончании второго года обучения, учащиеся знают:*

- понятие «блог», типы блогов и их особенности;
- теории и типы коммуникации;
- типы взаимодействия в Интернете;
- понятие «личный бренд» и его специфику;
- инструменты создания контента;
- принципы работы социальных сетей;
- понятия «социальная сеть», «мессенджер», «контент-план»;
- логику взаимодействия с аудиторией;
- основы ведения блога
- понятия «личный бренд» и «корпоративный бренд».

*К концу первого года обучения учащиеся умеют:*

- изучать нормативно-правовые акты;
- эффективно разрешать нестандартные ситуации;
- писать информативные и качественные посты в социальных сетях;
- коммуницировать с аудиторией;
- разрабатывать контент-планы;
- оценивать эффективность результатов СМИ;
- публично представлять результаты своей работы;
- работать с разными возрастными группами
- создавать контент разных форматов.

*К концу второго года обучения учащиеся умеют:*

- создавать личный бренд;
- разрабатывать стратегию личного бренда;
- формировать языковую личность;
- ставить долгосрочные и краткосрочные цели;

- планировать время с учетом поставленных целей и задач;
- владеть навыками публичного выступления;
- составлять тексты разных жанров;
- публично выступать без подготовки;
- организовывать рабочий процесс в команде;
- редактировать и корректировать материал.

## **2. Метапредметные результаты:**

*К концу обучения учащиеся:*

- умеют ставить цели, самостоятельно планировать и решать различные задачи;
- способны применять навыки организации и самоорганизации;
- способны взаимодействовать и сотрудничать с социумом в рамках образовательной деятельности;
- способны искать и выделять необходимую информацию, структурировать, оценивать и интерпретировать её.

## **3. Личностные результаты:**

*К концу обучения учащиеся:*

- ответственные;
- коммуникабельны;
- стрессоустойчивы.

## РАЗДЕЛ 2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

### 2.1. Календарный учебный график

на 2023-2024 учебный год

ДООП «Новые медиа»

№ п/п	Наименование темы	Количество часов			Форма контроля
		Все го	Теория	Практика	
<b>Сентябрь (8)</b>					
1.	Введение в образовательную программу	24	2	1	Тестирование
2.	Понятие об информации, информационные технологии		2	1	Фронтальный опрос
3.	История журналистики. Отечественные и зарубежные СМИ		2	1	Фронтальный опрос
4.	Трансформация массмедиа. Новые и старые медиа		1	2	Викторина
5.	Трансформация массмедиа. Новые и старые медиа		1	2	
6.	Цифровизация медиа. Онлайн-журналистика		1	2	Фронтальный опрос
7.	Социальные сети: история, обзор, анализ		2	1	Творческое задание
8.	Социальные сети: история, обзор, анализ		1	2	
<b>Октябрь (10)</b>					
9.	Социальные сети, мессенджеры и журналистика	30	1	2	Фронтальный опрос
10.	Социальные сети, мессенджеры и журналистика		1	2	
11.	Правила поведения в социальных сетях		2	1	Зачет

12.	Правила поведения в социальных сетях		1	2	
13.	Тенденции и перспективы развития социальных медиа		1	2	Зачет
14.	Тенденции и перспективы развития социальных медиа		1	2	
15.	Международная правовая база		1	2	Зачет
16.	Федеральные законы. Закон о СМИ		1	2	Зачет
17.	Изменения законодательства в области регулирования СМИ		1	2	Зачет
18.	Ответственность журналиста. Клевета, диффамация, фейк		1	2	Зачет
Ноябрь (8)					
19.	Права и обязанности журналиста	24	1	2	Ролевая игра
20.	Массовая аудитория		1	2	Фронтальный опрос
21.	Целевая аудитория		1	2	Фронтальный опрос
22.	Целевая аудитория		1	2	
23.	Трансформация аудитории. Проблема исследования		1	2	Фронтальный опрос
24.	Трансформация аудитории. Проблема исследования		1	2	
25.	Онлайн-пользователь. Специфика интернет-аудитории		1	2	Творческое задание
26.	Онлайн-пользователь. Специфика интернет-аудитории		1	2	
Декабрь (8)					
27.	Онлайн-пользователь. Специфика интернет-аудитории	24	1	2	Творческое задание
28.	Виды публичных страниц и их различия		1	2	Зачет
29.	Виды публичных страниц и их различия		1	2	

30.	Тип контента		1	2	Зачет
31.	Тип контента		1	2	
32.	Текстовые форматы		1	2	Зачет
33.	Текстовые форматы		1	2	
34.	Видео-форматы		1	2	Зачет
Январь (6)					
35.	Видео-форматы	18	1	2	Зачет
36.	Аудио-форматы		1	2	Зачет
37.	Аудио-форматы		1	2	
38.	Стрим. Специфика коммуникации		1	2	Зачет
39.	Стрим. Специфика коммуникации		1	2	
40.	Комментарий как отдельный жанр интернет-коммуникации		1	2	Зачет
Февраль (8)					
41.	Комментарий как отдельный жанр интернет-коммуникации	24	1	2	Зачет
42.	Визуальные средства новых медиа		1	2	Зачет
43.	Пользовательский контент и журналистика		1	2	Зачет
44.	Блоггинг как современный феномен		1	2	Творческое задание
45.	Блоггинг как современный феномен		1	2	
46.	Контент-план		1	2	Защита проекта
47.	Контент-план		1	2	
48.	Контент-план		1	2	
Март (8)					
49.	Коммуникация и общение	24	1	2	Фронтальный опрос
50.	Коммуникация как процесс. Модели коммуникации		1	2	Зачет
51.	Коммуникация как процесс. Модели коммуникации		1	2	



52.	Интернет-коммуникация		1	2	Зачет
53.	Интернет-коммуникация		1	2	
54.	Интернет-коммуникация		1	2	
55.	Интернет-коммуникация		1	2	
56.	Лидеры мнений		1	2	
Апрель (10)					
57.	Лидеры мнений	30	1	2	Зачет
58.	Культура отмены и кибербуллинг		1	2	Фронтальный опрос
59.	Культура отмены и кибербуллинг		1	2	
60.	Актуальные проблемы интернет-коммуникации		1	2	Зачет
61.	Актуальные проблемы интернет-коммуникации		1	2	
62.	Актуальные проблемы интернет-коммуникации				
63.	Современное медиапотребление		1	2	Зачет
64.	Современное медиапотребление		1	2	
65.	Современное медиапотребление		1	2	
66.	Современное медиапотребление		1	2	
Май (6)					
67.	Влияние на медиасреду	18	1	2	Зачет
68.	Влияние на медиасреду		1	2	
69.	Жанровые особенности		1	2	Зачет

70.	Жанровые особенности		1	2	
71.	Роль обратной связи		1	2	Самостоятельная работа
72.	Роль обратной связи		1	2	

### Календарный учебный график

на 2024-2025 учебный год

ДООП «Новые медиа»

№ п/п	Наименование темы	Количество часов			Форма контроля
		Все го	Теория	Практика	
<b>Сентябрь (8)</b>					
1.	Имидж и репутация и их роль в современной медиасреде	24	1	2	Зачёт
2.	Имидж и репутация и их роль в современной медиасреде		1	2	
3.	Технологии продвижения		1	2	Зачёт
4.	Технологии продвижения		1	2	
5.	Технологии продвижения		1	2	
6.	Пиар-текст		1	2	Творческое задание
7.	Пиар-текст		1	2	
8.	Пиар-текст		1	2	
<b>Октябрь (10)</b>					
9.	Пиар-текст	30	1	2	Творческое задание

10.	Пиар-текст		1	2	
11.	Пиар-текст		2	1	
12.	Пиар-текст		1	2	
13.	Реклама как возможность заработка в интернете		1	2	Зачет
14.	Реклама как возможность заработка в интернете		1	2	
15.	Блог как феномен новых медиа		1	2	Зачет
16.	Блог как феномен новых медиа		1	2	
17.	Блог как феномен новых медиа		1	2	
18.	«Новая искренность»		1	2	Зачет
Ноябрь (8)					
19.	Блоггерство как новая форма журналистики	24	1	2	Зачёт
20.	Блоггерство как новая форма журналистики		1	2	
21.	Блоггерство как новая форма журналистики		1	2	
22.	Правовые основы блоггерства		1	2	Тестирование
23.	Правовые основы блоггерства		1	2	
24.	Правовые основы блоггерства		1	2	
25.	Классификация блогов		1	2	
26.	Классификация блогов		1	2	Самостоятельная работа
Декабрь (8)					
27.	Классификация блогов	24	1	2	Самостоятельная работа
28.	Классификация блогов		1	2	

29.	Актуальные средства блогосферы		1	2	Зачёт
30.	Актуальные средства блогосферы		1	2	
31.	Актуальные средства блогосферы		1	2	
32.	Языковая личность блогера		1	2	Самостоятельная работа
33.	Языковая личность блогера		1	2	
34.	Языковая личность блогера		1	2	
Январь (6)					
35.	Языковая личность блогера	18	1	2	Самостоятельная работа
36.	Создание личного блога		1	2	Творческое задание
37.	Создание личного блога		1	2	
38.	Создание личного блога		1	2	
39.	Личный бренд. Понятие, структура, особенности		1	2	Фронтальный опрос
40.	Личный бренд. Понятие, структура, особенности		1	2	
Февраль (8)					
41.	Личный и корпоративный бренд	24	1	2	Зачет
42.	Стратегии личного бренда		1	2	Зачет
43.	Стратегии личного бренда		1	2	
44.	Анализ личного бренда		1	2	Творческое задание
45.	Анализ личного бренда		1	2	
46.	Анализ личного бренда		1	2	
47.	Анализ личного бренда		1	2	
48.	Анализ личного бренда		1	2	
Март (8)					
49.	Анализ личного бренда	24	1	2	Творческое задание
50.	Мой личный бренд		1	2	Защита проекта
51.	Мой личный бренд		1	2	

52.	Мой личный бренд		1	2	
53.	Социальная сеть ВКонтакте: особенности медиапроизводства		1	2	Зачет
54.	ВКонтакте – новые медиа: возможности, перспективы		1	2	Самостоятельная работа
55.	ВКонтакте – новые медиа: возможности, перспективы		1	2	
56.	Контент ВКонтакте		1	2	Фронтальный опрос
Апрель (10)					
57.	ВКонтакте: контент-план	30	1	2	Зачет
58.	ВКонтакте: контент-план		1	2	
59.	ВКонтакте: контент-план		1	2	
60.	ВКонтакте: контент-план		1	2	
61.	Как мессенджеры изменили СМИ		1	2	Зачет
62.	Как мессенджеры изменили СМИ				
63.	Telegram-канал как платформа для СМИ		1	2	Зачет
64.	Telegram-канал как платформа для СМИ		1	2	
65.	Telegram-канал как платформа для СМИ		1	2	
66.	Жанровые особенности телеграм-поста		1	2	Фронтальный опрос
Май (6)					
67.	Жанровые особенности телеграм-поста	18	1	2	Фронтальный опрос
68.	Жанровые особенности телеграм-поста		1	2	
69.	Telegram-канал: контент-план		1	2	Зачет

70.	Телеграм-канал: контент-план		1	2	
71.	Телеграм-канал: контент-план		1	2	
72.	Телеграм-канал: контент-план		1	2	

## 2.2. Условия реализации программы

### 1. Материально-техническое обеспечение:

Кабинет, оборудованный для занятий; мультимедийное оборудование; маркерная доска, маркеры; методический материал: наглядный, раздаточный, контрольный; специальная литература: книги, справочные материалы, интернет-источники.

Для реализации электронного обучения и дистанционных образовательных технологий необходимо наличие компьютерного оборудования с выходом в Интернет, соответствующего программного обеспечения.

### 2. Информационное обеспечение:

Интерактивные дидактические материалы, образовательные ресурсы и платформы.

### 3. Кадровое обеспечение:

Программу реализует педагог дополнительного образования, обладающий профессиональными компетенциями в предметной области, знающий специфику дополнительного образования, с уровнем не ниже среднего профессионального образования в области педагогики временного детского коллектива, без предъявления требований к стажу работы.

## 2.3. Формы контроля

Входной контроль осуществляется в форме тестирования. Текущий контроль включает самостоятельные работы, зачеты, фронтальный опрос, викторины. Итоговый контроль – защита проекта, презентация итогов проекта; тестирование. Данные формы позволяют выявить соответствие результатов учащихся поставленным цели и задачам программы.

## 2.4. Оценочные материалы

Разработан пакет контрольных материалов (тесты; задания к самостоятельной работе; вопросы для зачетов; вопросы для викторины; критерии анализа проекта; критерии анализа контент-плана), позволяющий определить достижение учащимися планируемых результатов.

Разработаны критерии оценки освоения программы.

**Мониторинг результатов обучения и личностного развития учащихся по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Новые медиа»**

Определение учебных результатов по дополнительной образовательной программе заключается в следующем: совокупность измеряемых показателей (теоретическая, практическая подготовка, общеучебные умения и навыки) оценивается по степени выраженности (от минимальной до максимальной). Для удобства выделенные уровни обозначаются соответствующими тестовыми баллами (1-10 баллов).

Таблица 1. Мониторинг предметных, метапредметных, личностных результатов обучения учащихся по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Новые медиа»

Показатели	Критерии	Степень выраженности оцениваемого качества	Оценка в баллах	Способы определения результатов обучения
<b>1. Предметные результаты</b>				
<b>1.1. Теоретическая подготовка ребенка</b>				
Теоретические знания по основным разделам учебного плана программы	Соответствие теоретических знаний программным требованиям	Высокий уровень	10 баллов	Наблюдение, тестирование, фронтальный опрос, викторина, зачет, самостоятельная работа
		Средний уровень	5 баллов	
		Низкий уровень	1 балл	
<b>1.2. Практическая подготовка ребенка</b>				
Практические умения и навыки, предусмотренные программой по основным блокам.	Соответствие практических умений и навыков программным требованиям	Высокий уровень	10 баллов	Наблюдение, самостоятельная работа, защита проекта, защита контент-плана, презентация итогов проекта
		Средний уровень	5 баллов	
		Низкий уровень	1 балл	
<b>2. Метапредметные результаты</b>				
Познавательные умения	Поиск и выделение необходимой информации, ее структурирование, критическая оценка и интерпретация, формирование элементов ИТ-компетенции	Высокий уровень	10 баллов	Наблюдение, анализ
		Средний уровень	5 баллов	

		Низкий уровень	1 балл
	Определение способов, действий для решения выявленной проблемы	Высокий уровень	10 баллов
		Средний уровень	5 баллов
		Низкий уровень	1 балл
Коммуникативные умения		Умение формулировать собственное мнение	Высокий уровень
	Умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты	Средний уровень	5 баллов
		Низкий уровень	1 балл
		Высокий уровень	10 баллов
Регулятивные умения	Умение ставить и сохранять цель проекта, планировать ее, контролировать и	Средний уровень	5 баллов
		Низкий уровень	1 балл
		Высокий уровень	10 баллов



	оценивать свои действия, вносить соответствующие коррективы в их выполнение	Средний уровень	5 баллов	
		Низкий уровень	1 балл	
<b>3. Личностные результаты</b>				
Личностное развитие учащегося	Способность к общению, умение налаживать контакты, устанавливать связи.	Высокий уровень	10 баллов	Наблюдение, анализ
		Средний уровень	5 баллов	
		Низкий уровень	1 балл	
	Умение нести ответственность, давать отчет в своих действиях, отвечать за всевозможные последствия.	Высокий уровень	10 баллов	
		Средний уровень	5 баллов	
		Низкий уровень	1 балл	
	Способность переносить стрессовые ситуации без негативных последствий для своей деятельности, личности и окружающих	Высокий уровень	10 баллов	
		Средний уровень	5 баллов	
		Низкий уровень	1 балл	

Комментарий к таблице 1 «Мониторинг предметных, метапредметных, личностных результатов учащихся по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Новые медиа».

Графа «Показатели» (оцениваемые параметры) фиксирует то, что оценивается. Это те требования, которые предъявляются к учащемуся в

процессе освоения им дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Новые медиа».

Графа «Критерии» содержит совокупность признаков, на основании которых дается оценка искомым показателям и устанавливается степень соответствия реальных знаний, умений и навыков учащихся тем требованиям, которые заданы программой.

### **1-я группа показателей – Предметные результаты.**

Данная группа показателей включает теоретическую и практическую подготовку учащихся.

**1.1. Теоретическая подготовка учащихся.** Она включает теоретические знания по программе «Новые медиа». *По окончании первого года обучения, учащиеся знают:*

- историю появления и современное развитие новых медиа;
- основные медиаплощадки в России и мире;
- понятие «журналистика» и особенности современного журналиста;
- нормативно-правовую базу журналиста;
- права и обязанности журналиста;
- формы коммуникации;
- компетенции журналиста;
- виды интернет-коммуникации;
- особенности работы традиционных СМИ и современных онлайн-площадок.

*По окончании второго года обучения, учащиеся знают:*

- понятие «блог», типы блогов и их особенности;
- теории и типы коммуникации;
- типы взаимодействия в Интернете;
- понятие «личный бренд» и его специфику;
- инструменты создания контента;
- принципы работы социальных сетей;
- понятия «социальная сеть», «мессенджер», «контент-план»;
- логику взаимодействия с аудиторией;
- основы ведения блога
- понятия «личный бренд» и «корпоративный бренд».

**1.2. Практическая подготовка учащихся.** Она включает практические умения и навыки, предусмотренные программой «Новые медиа».

*К концу первого года обучения учащиеся умеют:*

- изучать нормативно-правовые акты;
- эффективно разрешать нестандартные ситуации;
- писать информативные и качественные посты в социальных сетях;
- коммуницировать с аудиторией;
- разрабатывать контент-планы;
- оценивать эффективность результатов СМИ;
- публично представлять результаты своей работы;

- работать с разными возрастными группами
- создавать контент разных форматов.

*К концу второго года обучения учащиеся умеют:*

- создавать личный бренд;
- разрабатывать стратегию личного бренда;
- формировать языковую личность;
- ставить долгосрочные и краткосрочные цели;
- планировать время с учетом поставленных целей и задач;
- владеть навыками публичного выступления;
- составлять тексты разных жанров;
- публично выступать без подготовки;
- организовывать рабочий процесс в команде;
- редактировать и корректировать материал.

## **2-я группа показателей – Метапредметные результаты.**

*Познавательные умения:*

– Поиск и выделение необходимой информации, ее структурирование, критическая оценка и интерпретация, формирование элементов ИТ-компетенции.

- Определение способов, действий для решения выявленной проблемы.

*Коммуникативные умения:*

– Умение формулировать собственное мнение.  
– Умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты.

*Регулятивные умения:*

– Умение ставить и сохранять цель проекта, планировать ее, контролировать и оценивать свои действия, вносить соответствующие коррективы в их выполнение.

## **3-я группа показателей – Личностные результаты.**

*Личностное развитие учащегося:*

- Способность к общению, умение налаживать контакты, устанавливать связи.
- Умение нести ответственность, давать отчет в своих действиях, отвечать за всевозможные последствия.
- Способность переносить стрессовые ситуации без негативных последствий для своей деятельности, личности и окружающих.

Графа «Степень выраженности оцениваемого качества» включает перечень возможных уровней освоения учащимися программного материала и общеучебных умений и навыков – от низкого до высокого.

**Низкий уровень:**

- объем усвоенных знаний составляет у учащегося менее 1/2 объема знаний, предусмотренных программой;

– объем усвоенных умений и навыков у учащегося составляет менее  $\frac{1}{2}$ , предусмотренной программой;

– учащийся с трудом осуществляет поиск и выделение необходимой информации, ее структурирование, критическую оценку и интерпретацию.

– учащийся с трудом определяет способы действий для решения выявленной проблемы;

– учащийся с трудом формулирует собственное мнение;

– учащийся испытывает трудности в общении и взаимодействии в процессе совместной деятельности, не учитывает позиции других участников деятельности, неэффективно разрешает конфликты;

– учащийся с трудом ставит и сохраняет цель проекта, планирует ее, контролирует и оценивает свои действия, вносит соответствующие коррективы в их выполнение;

– учащийся с трудом осуществляет осознанный выбор, планирует программу личностного развития, не проявляет способность к рефлексии, нуждается в помощи и контроле педагога;

– учащийся не проявляет мотивацию к участию проектной и общественной деятельности.

#### **Средний уровень:**

– объем усвоенных знаний составляет у учащегося более  $\frac{1}{2}$  объема знаний, предусмотренных программой;

– объем усвоенных умений и навыков у учащегося составляет более  $\frac{1}{2}$ , предусмотренной программой;

учащийся иногда испытывает трудности при осуществлении поиска и выделения необходимой информации, ее структурировании, критической оценке и интерпретации.

– учащийся иногда испытывает трудности при определении способов действий для решения выявленной проблемы;

– учащийся иногда испытывает трудности при формулировании собственного мнения;

– учащийся иногда испытывает трудности в общении и взаимодействии в процессе совместной деятельности, иногда не учитывает позиции других участников деятельности, иногда неэффективно разрешает конфликты;

– учащийся сохраняет цель проекта, планирует ее, контролирует и оценивает свои действия, вносит соответствующие коррективы в их выполнение, иногда нуждается в помощи и контроле педагога;

– учащийся иногда испытывает трудности при осуществлении осознанного выбора, планировании программы личностного развития, проявляет способность к рефлексии, иногда нуждается в помощи и контроле педагога;

– учащийся иногда не проявляет мотивацию к участию проектной и общественной деятельности.

#### **Высокий уровень:**

– учащийся усвоил практически весь объем знаний, предусмотренных программой;

– учащийся усвоил практически весь объем умений и навыков,

предусмотренной программой;

- учащийся эффективно осуществляет поиск и выделение необходимой информации, ее структурирование, критическую оценку и интерпретацию.

- учащийся осознанно определяет способы действий для решения выявленной проблемы;

- учащийся ясно формулирует собственное мнение;

- учащийся не испытывает затруднений в общении и взаимодействии в процессе совместной деятельности, учитывает позиции других участников деятельности, эффективно разрешает конфликты;

- учащийся самостоятельно сохраняет цель проекта, планирует ее, контролирует и оценивает свои действия, вносит соответствующие коррективы в их выполнение

- учащийся осуществляет осознанный выбор, планирует программу личностного развития, проявляет способность к рефлексии;

- учащийся проявляет мотивацию к участию проектной и общественной деятельности.

Графа «Баллы» отражает тот балл, который в наибольшей мере соответствует той или иной степени выраженности оцениваемого критерия (уровню).

Напротив каждого уровня необходимо поставить тот балл, который, по мнению педагога, в наибольшей мере соответствует той или иной степени выраженности оцениваемого критерия (низкому уровню соответствует 1 балл, среднему – 5 баллов, высокому – 10 баллов).

Суммарный итог, определяемый путем подсчета итогового балла, дает возможность определить уровень оцениваемого качества у конкретного учащегося и отследить реальную степень соответствия того, что учащиеся усвоили, заданным требованиям, а также внести коррективы в образовательную деятельность.

Общее количество набранных баллов по мониторингу соответствует уровню:

63-90 баллов – высокий уровень освоения программы.

36-62 баллов – средний уровень освоения программы.

9-35 баллов – низкий уровень освоения программы.

Графа «Способы определения результатов обучения» отражает способы, с помощью которого педагог будет определять соответствие результатов обучения учащихся программным требованиям. В числе таких способов: тестирование, викторина, самостоятельная работа, фронтальный опрос, защита проекта, защита контент-плана, презентация итогов проекта, зачеты, наблюдение и анализ.

Мониторинг результатов обучения и личностного развития учащихся по дополнительной образовательной программе «Новые медиа» требует документального оформления полученных результатов на каждого учащегося. С этой целью оформляется диагностическая карта учета

динамики результатов обучения и личностных качеств развития учащихся. Карта заполняется два раза в год.

Индивидуальная карточка учета результатов обучения ребенка  
по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе  
«Новые медиа»

Фамилия, имя ребенка \_\_\_\_\_

Возраст \_\_\_\_\_

Дата начала обучения \_\_\_\_\_

№ п/п	Критерии	Сроки диагностики	Конец первого полугодия	Конец учебного года
<b>Предметные результаты</b>				
1.	Соответствие теоретических знаний программным требованиям			
2.	Соответствие практических умений и навыков программным требованиям			
<b>Метапредметные результаты</b>				
3.	Поиск и выделение необходимой информации, ее структурирование, критическая оценка и интерпретация, формирование элементов ИТ-компетенции			
4.	Определение способов, действий для решения выявленной проблемы			
5.	Умение формулировать собственное мнение			
6.	Умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты			
7.	Умение ставить и сохранять цель проекта, планировать ее, контролировать и оценивать свои действия, вносить соответствующие коррективы в их выполнение			
<b>Личностные результаты</b>				
8.	Наличие мотивации к участию социально-значимой и общественной деятельности			
9.	Умение осуществлять осознанный выбор, планировать программу личного развития, способность к рефлексии.			

## 2.5. Методические материалы

### Методическое обеспечение дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Новые медиа»

*1-й год обучения*

№ п/п	Наименование разделов	Дидактический материал	Информационно-методический материал

1	Введение в образовательную программу	<u>Контрольный материал:</u> – Тест «Кто такой журналист?»	
2	Раздел 1. Массмедиа. Традиционные СМИ	<u>Наглядный материал:</u> – Презентация «Традиционная журналистика. СМИ» – «Новые и старые медиа» <u>Контрольный материал:</u> – Вопросы для фронтального опроса «Информация и информационные технологии» – Вопросы для фронтального опроса «Возникновение мировой журналистики» – Вопросы для викторины «Новые и старые медиа»	<u>Разработка занятий:</u> – «История журналистики. Отечественные и зарубежные СМИ» – «Трансформация массмедиа. Новые и старые медиа»
3	Раздел 2. СМИ и Интернет. Журналистика в современной системе интернет-коммуникации	<u>Раздаточный материал:</u> – Сравнительная таблица «Web 2.0 и Web 3.0» – Памятка «3 закона журналистики» <u>Наглядный материал:</u> – Видеоролик «История цифровой культуры» <u>Контрольный материал:</u> – Вопросы для фронтального опроса «Современный журналист – это?» – Вопросы для фронтального опроса «Новость в социальной сети» – Вопросы для зачета «Нормы и правила поведения в социальных сетях» – Вопросы для зачета «Тенденции и перспективы развития новых СМИ»	<u>Разработка занятий:</u> – «Цифровизация медиа. Онлайн-журналистика» – «Социальные сети, мессенджеры и журналистика» – «Тенденции и перспективы развития онлайн-медиа»

4	Раздел 3. Нормативно-правовая база журналиста	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Стандарты регулирования СМИ</li> <li>– Федеральные законы</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Федеральный закон №2124-1</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Международная правовая база»</li> <li>– Вопросы для зачета «Федеральные законы»</li> <li>– Вопросы для зачета «Изменения законодательства в области регулирования СМИ»</li> <li>– Вопросы для зачета «Ответственность журналиста»</li> <li>– Кодекс журналиста</li> </ul>	<p><u>Разработка занятий:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Нормативно-правовая база»</li> </ul>
5	Раздел 4. Новые медиа и аудитория	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Схемы коммуникации</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик «Целевая аудитория»</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для фронтального опроса «Специфика массовой коммуникации»</li> <li>– Вопросы для фронтального опроса «Целевая аудитория»</li> <li>– Вопросы для фронтального опроса «Новая аудитория»</li> <li>–</li> </ul>	<p><u>Разработка занятий:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Массовая аудитория»</li> <li>– «Целевая аудитория»</li> </ul>



6	Раздел 5. Сетевая журналистика. Контент	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Контент-план</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик «Контент в социальных сетях»</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Виды публичных страниц в Интернете»</li> <li>– Вопросы для зачета «Типы контента»</li> <li>– Вопросы для зачета «Текстовый контент»</li> <li>– Вопросы для зачета «Видео контент»</li> <li>– Вопросы для зачета «Аудиоконтент»</li> <li>– Вопросы для зачета «Стриминг»</li> <li>– Вопросы для зачета «Интернет-комментарии»</li> <li>– Вопросы для зачета «Визуальные средства новых медиа»</li> <li>– Вопросы для зачета «Любительская журналистика»</li> <li>– Вопросы для зачета «Блоггинг»</li> </ul>	<p><u>Разработка занятий:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Типы контента»</li> <li>– «Контент-план»</li> </ul>
---	---	--	---

	Раздел 6. Коммуникация в рамках новых медиа группами	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Памятка «Модели коммуникации»</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик «Интернет-коммуникация»</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для фронтального опроса «Коммуникация и общение»</li> <li>– Вопросы для зачета «Коммуникация как процесс»</li> <li>– Вопросы для зачета «Интернет-коммуникация»</li> <li>– Вопросы для зачета «Лидеры мнений»</li> <li>– Вопросы для фронтального опроса «Культура отмены и кибербуллинг»</li> <li>– Вопросы для зачета «Актуальные проблемы медиа-коммуникации»</li> <li>– Вопросы для зачета «Медиапотребление»</li> </ul>	<p><u>Разработка занятий:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Культура отмены и кибербуллинг»</li> <li>– «Современное медиапотребление»</li> </ul>
8	Раздел 7. Анализ современных информационны х площадок	<p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик «Медиаплощадки»</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Влияние на медиасреду»</li> <li>– Вопросы для зачета «Жанровые особенности»</li> </ul>	<p><u>Разработка занятий:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Роль обратной связи»</li> </ul>

*2-й год обучения*

№ п/п	Наименование разделов	Дидактический материал	Информационно-методический материал
-------	-----------------------	------------------------	-------------------------------------

1	Раздел 1. Развитие рекламы на пространстве новых медиа	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Памятка «Пиар-текст»</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Имидж и репутация и их роль в современной медиасред»</li> <li>– Вопросы для зачета «Технологии продвижения»</li> <li>– Вопросы для зачета «Реклама в интернете»</li> </ul>	<p>Разработка занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Имидж и репутация и их роль в современной медиасред»</li> <li>– «Пиар-текст»</li> <li>– «Технологии продвижения»</li> </ul>
2	Раздел 2. Блог как современная форма медиакommunikation	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Кейс-задания</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик «Новая искренность и новая серьезность»</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Блогосфера»</li> <li>– Вопросы для зачета «Новая искренность»</li> <li>– Вопросы для зачета «Блоггерство как новая форма журналистики»</li> <li>– Вопросы для зачета «Правовые основы блоггерства»</li> <li>– Вопросы для зачета «Средства блогосферы»</li> <li>– Вопросы для зачета «Пути решения конфликтных ситуаций»</li> <li>– Вопросы для зачета «Принятиерешений»</li> </ul>	<p>Разработка занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Новая искренность»</li> <li>– «Блоггерство как новая форма журналистики»</li> <li>– «Правовые основы блоггерства»</li> <li>«Языковая личность блогера»</li> <li>– «Создание личного блога»</li> </ul>

3	Раздел 3. Личный бренд	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Памятка «Создание личного бренда»</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик «Личный бренд»</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Личный и корпоративный бренд»</li> <li>– Вопросы для зачета «Стратегии личного бренда»</li> </ul>	<p>Разработка занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Личный и корпоративный бренд»</li> <li>- «Стратегии личного бренда»</li> </ul>
4	Раздел 4. ВКонтакте как основная медиаплощадка Рунета	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Кейс-задания</li> </ul> <p><u>Наглядный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Видеоролик «Права и обязанности тим-лидера в событийном волонтерстве»</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Социальная сеть ВКонтакте»</li> <li>– Вопросы для фронтального опроса «Контент ВКонтакте»</li> <li>– Вопросы для зачета «ВКонтакте: контент-план»</li> </ul>	<p>Разработка занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «ВКонтакте – новые медиа: возможности, перспективы»</li> </ul>
5	Раздел 5. Организация работы волонтеров	<p><u>Раздаточный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Кейс-задания</li> </ul> <p><u>Контрольный материал:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Вопросы для зачета «Как мессенджеры изменили СМИ»</li> <li>– Вопросы для зачета «Телеграм-канал как платформа для СМИ»</li> <li>– Вопросы для фронтального опроса «Жанровые особенности телеграм-поста»</li> <li>– Вопросы для зачета «Телеграм-канал: контент»</li> </ul>	<p>Разработка занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Как мессенджеры изменили СМИ»</li> <li>«Жанровые особенности телеграм-поста»</li> <li>«Телеграм-канал как платформа для СМИ»</li> </ul>

## Ссылки на обучающие цифровые образовательные ресурсы

### 1-й год обучения

№ п/п	Наименование темы	Название и форма методического материала
	Введение в образовательную программу	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
1.1.	Понятие об информации, информационные технологии	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
1.2.	История журналистики. Отечественные и зарубежные СМИ	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
1.3.	Трансформация массмедиа. Новые и старые медиа	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.1.	Цифровизация медиа. Онлайн-журналистика	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.2.	Социальные сети: история, обзор, анализ	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.3.	Социальные сети, мессенджеры и журналистика	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.4.	Правила поведения в социальных сетях	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.5.	Тенденции и перспективы развития социальных медиа	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.1.	Международная правовая база	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.2.	Федеральные законы. Закон о СМИ	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.3.	Изменения законодательства в области регулирования СМИ	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога

3.4.	Ответственность журналиста. Клевета, диффамация, фейк	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.5.	Права и обязанности журналиста	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.1.	Массовая аудитория	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.2.	Целевая аудитория	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.3.	Трансформация аудитории. Проблема исследования	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.4.	Онлайн-пользователь. Специфика интернет-аудитории	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.1	Виды публичных страниц и их различия	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.2	Тип контента	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.3	Текстовые форматы	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.4	Видео-форматы	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.5	Аудио-форматы	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.6	Стрим. Специфика коммуникации	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.7	Комментарий как отдельный жанр интернет-коммуникации	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.8	Визуальные средства новых медиа	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога

		педагога
5.9	Пользовательский контент и журналистика	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.10	Блоггинг как современный феномен	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.11	Контент-план	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
6.1	Коммуникация и общение	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
6.2	Коммуникация как процесс. Модели коммуникации	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
6.3	Интернет-коммуникация	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
6.4	Лидеры мнений	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
6.5	Культура отмены и кибербуллинг	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
6.6	Актуальные проблемы интернет-коммуникации	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
6.7	Современное медиапотребление	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
7.1	Влияние на медиасреду	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
7.2	Жанровые особенности	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
7.3	Роль обратной связи	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога

2-й год обучения

№ п/п	Наименование темы	Название и форма методического материала
1.1.	Имидж и репутация и их роль в современной медиасреде	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
1.2.	Технологии продвижения	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
1.3.	Пиар-текст	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
1.4.	Реклама как возможность заработка в интернете	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.1	Блог как феномен новых медиа	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.2	«Новая искренность»	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.3	Блоггерство как новая форма журналистики	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.4	Правовые основы блоггерства	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.5	Классификация блогов	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.6	Актуальные средства блогосферы	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.7	Языковая личность блогера	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
2.8	Создание личного блога	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.1.	Личный бренд. Понятие, структура, особенности	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная



		платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.2.	Личный и корпоративный бренд	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.3	Стратегии личного бренда	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.4	Анализ личного бренда	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
3.5	Мой личный бренд	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.1	Социальная сеть ВКонтакте: особенности медиапроизводства	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.2	ВКонтакте – новые медиа: возможности, перспективы	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.3	Контент ВКонтакте	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
4.4	ВКонтакте: контент-план	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.1	Как мессенджеры изменили СМИ	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.2	Telegram-канал как платформа для СМИ	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.3	Жанровые особенности телеграм-поста	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога
5.4	Telegram-канал: контент-план	Видеоконференция, мессенджер Информационно-коммуникационная платформа «Сферум», электронная почта педагога

## 2.6. Список литературы

### Список литературы для педагогов

1. Амзин, А. А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А. А. Амзин, А. Н. Галустян, Д. Ю. Кульчицкая. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
2. Анищенко, К. Л. От традиционных к сетевым СМИ: практика и перспективы / К. Л. Анищенко // РЕКЛАМА И ЖУРНАЛИСТИКА: на стыке времен, наук и цивилизаций : Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Сборник статей. В 2-х частях, Москва, 24 февраля 2022 года. Том Часть 1. – Москва: Институт мировых цивилизаций, 2022. – С. 16-27.
3. Волкова, И. И. Интегративный подход к измерению эффективности контента в новых медиа: постановка проблемы / И. И. Волкова, Д. А. Гужвий // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2017. – Т. 22, № 3. – С. 532-543.
4. Дульцева, В. В. Перспективы развития технологий виртуальной реальности в современной журналистике / В. В. Дульцева // Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства : Материалы VI Международной научной интернет-конференции, Вологда, 14–17 июня 2022 года / Вологодский научный центр Российской академии наук. – Вологда: Вологодский научный центр Российской академии наук, 2022. – С. 485-488.
5. Карякина, К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента / К. А. Карякина // Медиаскоп. – 2010. – № 1. – С. 6.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. 608 с.
7. Конюкова, М. Л. Печатная журналистика на распутье: пути эволюции / М. Л. Конюкова // Art Logos. – 2017. – № 2(2). – С. 124-139.
8. Лютикова, А. А. К вопросу трансформации жанровой системы журналистики в современных интернет-медиа / А. А. Лютикова // Коммуникация в современном мире : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 11–13 мая 2017 года / Под общей редакцией В.В. Тулупова. Том Часть I. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2017. – С. 138-140.
9. Петрова, Е. А. Мировые тенденции использования социальных медиа / Е. А. Петрова, Т. А. Пантелеева // Россия и мир: развитие цивилизаций. Феномен развития радикальных политических движений в Европе : Материалы VIII международной научно-практической конференции, Москва, 12 апреля 2018 года. – Москва: Институт мировых цивилизаций, 2018. – С. 188-191
10. Рогалева, О. С. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) / О. С. Рогалева, Т. В. Шкайдерова // Вестник Омского университета. – 2015. – № 1(75). – С. 222-225.
11. Смеюха, В. В. Медиакоммуникации: теория, практика, профессиональное образование : / В. В. Смеюха. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный университет путей сообщения, 2016. – 307 с.
12. Шакиров, А. И. Трансформация журналистики в условиях "визуального

- поворота" / А. И. Шакиров, Г. Р. Сафиуллина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5(360). – С. 425-431.
13. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов / Д. А. Шевченко // Практический маркетинг. – 2019. – № 10(272). – С. 29-37.

### Список литературы для учащихся

1. "Цифровая идентичность": процессы идентификации и репрезентации в сетевой коммуникации / А. В. Конева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2018. – № 1. – С. 50-61.
2. Баженова, Е. А. Блог как Интернет-жанр / Е. А. Баженова, И. А. Иванова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2012. – № 4(20). – С. 125-131.
3. Лазуткина, Е. В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы Рунета / Е. В. Лазуткина // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – 2016. – Т. 15, № 6. – С. 51-59.
4. Мадяну, М. Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении / М. Мадяну, Д. Миллер // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 1(143). – С. 334-356.
5. Яшина, А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ / А. Р. Яшина // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва : Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19–21 мая 2021 года / Сост. А.В. Столяров, отв. за выпуск П.В. Сенин. Том Часть 3. – Саранск: Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 2021. – С. 327-334.

## Программа воспитания

Аннотация. Программа воспитания способствует формированию духовно-нравственных ценностей, активной гражданской позиции, развитию творческих способностей.

Цель – формирование духовно-нравственных ценностей, активной гражданской позиции, развитие творческих способностей, готовности включения в социально-значимую деятельность в процессе овладения знаниями, умениями, навыками журналистской деятельности.

Задачи воспитания:

- познакомить с историей журналистики, нормативно-правовой базой журналиста, видами медиа, компетенциями журналиста, теориями коммуникации;
- способствовать развитию лидерских, организаторских и коммуникативных способностей;
- способствовать становлению активной гражданской позиции через реализацию социально-значимых проектов и вовлечения в общественную деятельность.

Направления воспитательной деятельности: гражданское, творческое, духовно-нравственное.

Формы организации воспитания: беседа за круглым столом, викторина, дебаты, мастер-классы и творческие работы, настольные игры.

Планируемые результаты воспитания.

Знание основных норм направления журналистской деятельности

Расширение знаний по истории журналистики и организации медиа.

Знание четкого плана организации и проведения мероприятий.

### Календарный план воспитательной работы.

Месяц	Событие	Возраст учащихся
Сентябрь	Беседы за круглым столом	12-18
Октябрь	Мастер-классы для начинающих журналистов	12-18
Ноябрь	Ролевая игра «Пресс-конференция»	12-18
Декабрь	Акция «Круглый стол «Современный журналист»	12-18
Январь	Проведение пешеходной экскурсии по Аллее Героев	12-18
Февраль	Открытый урок ко дню защитника отечества	12-18
Март	Творческие мастер-классы	12-18
Апрель	Экскурсия в редакцию местной газеты	12-18
Май	Творческая встреча с амбассадором	12-18

	ВКонтакте	
--	-----------	--