Управление образования администрации Каменского района
Муниципальное общеобразовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа № 7 г. Каменки
Пензенской области

ПРИНЯТО
на педагогическом совете
протокол № 1 от 31 .08.2026

«УТВЕРЖДАЮ»
Приказ № 21/2 от 01.09.2026
(Телегин Ю.В.)

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа

социально-гуманитарной направленности

«Медиацентр»

Возраст учащихся 13-17 лет
Срок реализации – 2 года

Автор-составитель:
педагог дополнительного образования
Шмокина Ангелина Дмитриевна

г. Каменка, 2026 г.

Раздел I.Комплекс основных характеристик программы

Пояснительная записка..... 3

1.2. Учебный план ……. 11
1.3. Учебно-тематический план 1 года обучения……. 13
1.4 Содержание программы 1 года обучения……... 13
1.5. Учебно-тематический план 2 года обучения …….. 16
1.6. Содержание программы 2 года обучения……... 16
1.7. Планируемые результаты…… 19

Раздел II.Комплекс организационно-педагогические условия

2.1 Календарный учебный график ……..... 21

2.2.Формы, методы контроля и аттестации……..... 23
2.5. Условия реализации программы……... 24
2.6. Список литературы……..... 27
2.7. Словарь терминов…… 29
2.8. Приложение……. 32

Содержание программы

Раздел 1. Комплекс основных характеристик программы

1.1 Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиацентр» - модифицированная, социально-гуманитарной направленности, разработана для учащихся от 14 до 16 лет в течение 2 лет, уровень программы – базовый. Программа реализуется на базе Муниципального общеобразовательного учреждения средней общеобразовательной школы № 7 г. Каменки.

Программа разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

-Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 г. № 309 “О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года”;

-Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 “Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей”;

- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 1 июля 2025 г. № 1745-р «О внесении изменений в Концепцию развития дополнительного образования детей до 2030 года, утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 марта 2022 г. № 678-р, и утверждении плана мероприятий по реализации Концепции»;

-Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 сентября 2024 г. № 2501-р «О Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г.;

-Приказ Министерства просвещения РФ от 3 сентября 2019 г. N 467

"Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей";

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 2 июня 2026 года № 19 «Об утверждении СП 2.4.2.4283-26 „Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодёжи"».

- Письмо Министерства образования и науки РФ №09-3242 от 18.11.2015 г. «Методические рекомендации (включая разноуровневые программы);

- Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года, утвержденная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.03.2022 г. №678-р;

- Устав и локальные акты МОУ СОШ № 7 г. Каменки;

- Положение о дополнительных общеразвивающих общеобразовательных программах, реализуемых в объединениях дополнительного образования детей МОУ СОШ № 7 г. Каменки, приказ № от 01.09.2026;

- Положение о промежуточной аттестации и аттестации по итогам завершения программы, приказ № от 01.09.2026.

Актуальность программы

Программа «Медиацентр» соответствует приоритетам государственной политики в сфере культуры и воспитания. Она способствует формированию медиаграмотности и критического мышления у учащихся, ранней профориентации в креативных индустриях, а также созданию регионального контента — и тем самым поддерживает реализацию нацпроекта «Культура», федерального проекта «Творческие люди» и Стратегии развития воспитания в РФ.

Актуальность программы «Медиацентр» для общества состоит в том, что она помогает формировать цифровую культуру и ответственное отношение к информации. Обучая медиаграмотности и навыкам фактчекинга, программа позволяет не только ориентироваться в интернет-пространстве, но и передавать эти знания семье и одноклассникам.

Важную роль программа играет и в жизни местного сообщества: юные медиаспециалисты освещают локальные события и инициативы — от экологических акций до дворовых праздников. Так укрепляются социальные связи и растёт вовлечённость жителей в жизнь района.

Кроме того, «Медиацентр» становится для учащихся конструктивной площадкой для самореализации: занятия организуют полезный досуг, дают возможность быть услышанными и получить признание сверстников.

Особую ценность имеет и семейный аспект: работая над репортажами и интервью с родными, ребята учатся выстраивать диалог с родителями и старшими родственниками, лучше узнавать семейную историю и укреплять родственные связи. Таким образом, программа способствует не только развитию индивидуальных компетенций, но и укреплению социальной среды — от семьи до местного сообщества.

Новизна программы дополнительного образования социально-гуманитарной направленности «Медиацентр» для учащихся 14-16 лет заключается в нескольких аспектах.

Во-первых, программа базируется на таких методах, как на проектный и практико-ориентированный подход: учащиеся не просто изучают теорию журналистики, а сразу создают собственный медиапродукт — от идеи до публикации. Используется метод «равный — равному» (peer-to-peer), когда старшие учащиеся выступают наставниками для новичков, а также метод командной работы, имитирующий реальную редакцию.

Во-вторых, в качестве приёмов применяются формат коротких вертикальных видео (рилсы) «как в ТикТоке», съёмка мобильным телефоном, быстрый монтаж в доступных приложениях, интервьюирование, работа с афишами и подкастами, а также игровые и соревновательные элементы (конкурсы лучших роликов, редакционные летучки).

Новый раздел программы посвящён производству коротких вертикальных видео, подкастов, репортажей с мероприятий, афиш и интервью с гостями школы.

Педагогическая целесообразность

Целесообразность программы «Медиацентр» заключается в том, что она комплексно и практично решает ключевые образовательные и воспитательные задачи для подростков 14–16 лет.

Учащиеся используют полученные навыки для создания текстов, фото, видео и подкастов, монтажа и оформления материалов, реализации медиапроектов по разным предметам, командной работы в формате редакции, ведения соцсетей и взаимодействия с аудиторией, а также пробуют себя в реальных медиапрофессиях, что помогает в выборе будущего пути.

Учащиеся осваивают актуальные для жизни и будущей карьеры навыки — критическое мышление, цифровую грамотность, работу в команде, проектное управление и публичные выступления, то есть компетенции, востребованные в любой современной профессии.

Важным направлением является и развитие ответственной гражданской позиции: освещая события школы и города, учащиеся учатся анализировать информацию, формировать собственное мнение и ответственно доносить его до аудитории, чувствуя свою причастность к жизни сообщества.

Программа поддерживает профессиональное самоопределение, предоставляя безопасную «тестовую площадку» для десятков современных специальностей — журналистики, PR, дизайна, программирования,

видеопроизводства, — что помогает учащемуся сделать более осознанный выбор своего пути.

Отличительные особенности программы «Медиацентр» в том, что учащиеся проходят полный цикл создания социально значимого продукта — от идеи до публикации и анализа обратной связи, развивая критическое мышление и медиаграмотность в реальных проектах для школьного сообщества.

Принципы программы

- принцип индивидуально-личностного подхода: учет индивидуальных возможностей и способностей каждого учащегося;
- принцип сотрудничества участников образовательного процесса и доступность обучения;
- принцип разноуровневости: выбор тематики, приемов работы в соответствии с возрастом учащихся;
- принцип «от простого к сложному».
- наглядности
- доступности

Программа «Медиацентр» состоит из разделов:

1-й год обучения

Раздел 1. Основы медиаграмотности и журналистики

Учащиеся знакомятся с медиапространством, узнают основы профессии журналиста, жанры журналистики и правила грамотной речи, делают первые шаги в создании текстов и публичных выступлениях.

Раздел 2. Технологии создания медиаконтента

Учащиеся знакомятся с цифровыми инструментами для работы с графикой, фото и видео, узнают основы дизайна и рекламы, делают собственные медиастатьи и рекламные продукты.

Раздел 3. Разработка проекта

Учащиеся применяют все полученные знания на практике, узнают этапы проектной деятельности от идеи до презентации, делают и защищают собственный комплексный медиапродукт.

2-й год обучения

Раздел 1. Визуальный контент: фото и графика

Учащиеся углубленно знакомятся с искусством фотографии и компьютерной графики, узнают принципы создания афиш и трейлеров, делают тематические фотопроекты и графические работы для школьных мероприятий.

Раздел 2. Аудиомедиа: звук и реклама

Учащиеся знакомятся с основами звукорежиссуры и саунд-дизайна, узнают о создании комплексных рекламных кампаний, делают аудиорекламные ролики и другие медиапродукты.

Раздел 3. Медиапедагогика и цифровая среда

Учащиеся знакомятся с основами медиаобразования и ведения проектов в соцсетях, узнают о личном бренде и современных СМИ, делают и проводят медиауроки для младших школьников и создают контент для цифровой среды.

Раздел 4. Выполнение творческой работы

Учащиеся объединяют навыки, полученные за год, делают собственную творческую работу и публично её защищают.

Воспитательный потенциал программы заключается в поэтапном формировании ответственной, творческой и социально-адаптированной личности. Через создание собственных медиапродуктов учащиеся учатся критически мыслить, работать в команде, брать на себя ответственность за результат и соблюдать этические нормы публичной коммуникации. Итоговые проекты воспитывают целеустремлённость и самостоятельность. В итоге программа формирует сознательных и грамотных создателей медиапространства.

Цель программы «Медиацентр»

Создание единого образовательного пространства, которое способствует успешной социализации учащихся в условиях современных информационных технологий.

Задачи программы:

1. Научить работать с техникой: пользоваться камерой, микрофоном, светом и программами для монтажа фото и видео.
2. Научить создавать контент: писать новости, снимать репортажи, делать афиши и записывать короткие видео для соцсетей.
3. Развить медиаграмотность: научиться анализировать информацию и критически оценивать содержание сообщений.
4. Запустить школьные медиа: вести аккаунты школы в соцсетях, делать фото- и видеоотчеты с мероприятий и проводить прямые эфиры.

Адресат программы Программа рассчитана на учащихся от 13 до 16 лет.

1 год обучения – 14-15лет.

2 год обучения – 15-16 лет.

Возрастные особенности 14-15 лет

У учащихся этот возраст характеризуется значительной физиологической и психологической перестройкой. В этот период ведущей

деятельностью становится социально-значимое общение, а мнение сверстников приобретает высочайшую важность. Учащийся стремится занять своё место в коллективе, и отсутствие такой возможности может привести к дезадаптации. Он остро нуждается в деятельности, которая подтверждает его социальную значимость и получает признание других людей.

Возрастные особенности 15-16 лет

В этом возрасте учащиеся самостоятельно выполняют многие задания, умеют ставить цель и достигать ее. Они способны выстроить последовательность шагов, распределить время, найти нужные ресурсы и довести дело до результата. Самостоятельность в этом возрасте проявляется во внутренней готовности отвечать за свой выбор и его последствия.

Форма обучения – очная

Срок реализации программы 2 года. Всего 108 часа.

1 год обучения -72 часа,

2 год **обучения** – 36 часа,

Режим занятий Занятия по данной программе проходят 1 раз в неделю по 2 академических часа (45 минут) с одним 10 минутным перерывом. Наполняемость группы составляет до 15 человек.

Особенности организации образовательного процесса

Используется традиционная модель реализации программы, которая представляет собой линейную последовательность освоения содержания в течение двух лет.

Программа имеет два уровня освоения: стартовый (1-й год обучения) и базовый (2-й год обучения).

На стартовом уровне учащиеся знакомятся с основами медиаграмотности, жанрами журналистики, осваивают базовые навыки создания медиаконтента (текст, фото, видео).

На базовом уровне учащиеся расширяют полученные знания, осваивая специализированные разделы (фотография, звукорежиссура, графический дизайн, медиапедагогика), и выполняют творческие проекты.

Занятия проводятся индивидуально, в малых группах и всем составом объединения. Группы разновозрастные.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование курса	**Общая учебная нагрузка (в часах)**	**Ауд ито рны е зан**	**Распределение по уровням и годам обучения**		***Формы контроля***
				Стартовый уровень	**Базовый уровень**	

			яти я	***Годы обучения, кол-во аудиторных часов***	***Годы обучения, кол-во аудиторных часов***	
				1	**2**	
1	Медиацентр (1 год обучения)	72	72	72	-	защита итогового проекта
2	Медиацентр (2 год обучения)	36	36	-	36	защита творческой работы
	Итого:	**108**	**108**	**72**	**36**	

Учебно-тематический план 1 года обучения

№ п/п	**Название раздела, темы**	**Количество часов**			**Формы контроля**
		всего	**теория**	**практика**	
	Вводное занятие	**2**	**1**	**1**	тестирование
1	**Раздел 1. Основы медиаграмотности и журналистики**				
1.1	Основы профессии	3	1	2	мини-эссе
1.2	Источники информации:	3	1	2	защита групповых работ
1.3	Жанры журналистики:	5	2	3	игра-соревнование
1.4	Мастерство слова: практика грамотной речи.	5	2	3	тестирование
2.	**Раздел 2. Технологии создания медиаконтента**				
2.1	Цифровой инструментарий: от слова к мультимедиа.	6	2	4	практическое задание
2.2	Искусство новости: создаем медиастатью.	6	2	4	создание статья
2.3	Мир рекламы: как создаются продающие идеи.	8	2	6	создание рекламного текста
2.4	Основы фото- и видеосъемки.	10	4	6	презентация
3	**Раздел 3. Разработка проекта**				

3.1	Погружение в проект. Планирование и разработка концепции.	8	2	6	защита концепции
3.2	Производственный цикл: съемка, монтаж, озвучка.	10	4	6	просмотр материала
3.3	Подготовка проекта к защите	4	1	3	создание творческого портфолио
4	Итоговое занятие	**2**	**1**	**1**	Защита проекта
	Итого:	**72**	**31**	**41**	

Содержание программы 1 года обучения

Тема. Вводное занятие.

Теория: Что такое медиапространство? Роль медиа в жизни современного школьника. Понятие медиаграмотности: как критически оценивать информацию. Правила безопасности в медиасреде.

Практика: Дискуссия "Мой день в медиа: откуда я получаю информацию?". Создание карты своего медиапотребления.

Контроль: тестирование

Раздел 1. Основы медиаграмотности и журналистики

Тема 1.1: Основы профессии: кто такой журналист?

Теория: Функции журналистики в обществе (информирование, просвещение, критика, развлечение). Роли журналиста (репортер, обозреватель, блогер). Основные этические принципы работы (объективность, проверка фактов, уважение приватности).

Практика: Анализ новостных сюжетов и статей на предмет выполнения функций журналистики. Ролевая игра "Интервью с интересным человеком" с обсуждением этических моментов.

Контроль: Мини-эссе "Каким я вижу современного журналиста?".

Тема 1.2: Источники информации: как найти и проверить факты.

Теория: Типы источников информации (первичные, вторичные, официальные, экспертные). Критерии оценки достоверности источника. Что такое фейк-ньюс и как его распознать? Техники верификации информации (поиск по картинкам, проверка дат, анализ домена сайта).

Практика: Практикум по проверке спорных новостей. Работа с открытыми источниками (соцсети, официальные сайты). Упражнение "Охота на фейк": анализ предложенных материалов.

Контроль: Защита групповых работ: анализ достоверности конкретного новостного повода.

Тема 1.3: Жанры журналистики: в какой форме рассказать историю.

Теория: Знакомство с основными жанрами: новостная заметка, репортаж, интервью, статья, эссе. Их цели и особенности. Структура "перевернутой пирамиды" для новости.

Практика: Анализ текстов разных жанров. Упражнения на написание лидов (первых абзацев) для новостей в разных жанрах.

Контроль: Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить» (командное выполнение заданий на определение жанра, написание коротких текстов).

Тема 1.4: Мастерство слова: практика грамотной речи.

Теория: Основы ораторского искусства. Культура устной и письменной речи. Работа с "сорными" словами. Логика построения высказывания. Как побороть страх публичных выступлений.

Практика: Упражнения на дикцию и скороговорки. Подготовка и запись коротких устных комментариев на заданную тему. Практика самопрезентации перед камерой.

Контроль: Тестирование «Речевая грамотность».

Раздел 2. Технологии создания медиаконтента

Тема 2.1: Цифровой инструментарий: от слова к мультимедиа.

Теория: Обзор программ и сервисов для создания контента: текстовые редакторы, графические редакторы (Canva, Figma), монтажные программы (CapCut, Adobe Premiere Pro). Основы компьютерной верстки и дизайна.

Практика: Освоение базовых функций выбранных программ. Создание простой графической открытки или инфографики.

Контроль: Выполнение практического задания по созданию макета медиастатьи.

Тема 2.2: Искусство новости: создаем медиастатью.

Теория: Структура современной медиастатьи: сочетание текста, фото, видео, инфографики. Заголовок, лид, навигация. SEO-основы для онлайн-статей.

Практика: Написание и оформление собственной статьи на актуальную для школы тему (событие, проект, интервью с учителем). Подбор и обработка иллюстраций.

Контроль: Творческая работа «Моя первая статья». Создание и публикация готовой медиастатьи в школьном медиапространстве (сайт, группа в соцсетях).

Тема 2.3: Мир рекламы: как создаются продающие идеи.

Теория: Реклама как часть медиа. Виды и каналы рекламы. Основы копирайтинга: от слогана до постера. Целевая аудитория и ее определение. Понятие бренда.

Практика: Разбор успешных и неудачных рекламных кейсов. Мозговой штурм по созданию концепции рекламы для школьного мероприятия или кружка.

Контроль: Творческое задание «Реклама, которая работает». Создание рекламного текста и макета для поста в соцсетях.

Тема 2.4: Основы фото- и видеосъемки.

Теория: Основы композиции кадра (правило третей, ракурс, план). Работа со светом. Основы операторского мастерства (статика, движение). Звук в видео: как записать чистое интервью.

Практика: Фото-кросс на заданные темы на территории школы. Практика записи коротких видео-сюжетов (на смартфон).

Контроль: Презентация лучших фоторабот и коротких видеоэтюдов.

Раздел 3. Разработка проекта.

Тема 3.1: Погружение в проект. Планирование и разработка концепции.

Теория: Этапы создания медиапроекта (от идеи до публикации). Постановка целей и задач. Определение целевой аудитории. Разработка сценария или плана.

Практика: Мозговой штурм по выбору темы итогового проекта. Создание раскадровки или сценарного плана.

Контроль: Защита концепции проекта перед группой и педагогом.

Тема 3.2: Производственный цикл: съемка, монтаж, озвучка.

Теория: Углубленное изучение монтажных программ. Принципы цветокоррекции и создания титров. Написание закадрового текста.

Практика: Проведение съемок по утвержденному плану. Отбор материала. Монтаж видео, наложение звука и графики.

Контроль: Создание творческой работы.

Тема 3.3: Подготовка проекта к защите.

Теория: Подготовка к публичному выступлению.

Практика: Финальный монтаж проекта. Подготовка презентации для защиты: о чем рассказать аудитории.

Контроль: Создание творческого портфолио.

Тема. Итоговое занятие.

Теория: Повторение этапов создания проекта — от идеи до публикации. Правила подготовки к защите и критерии оценки готовой работы.

Практика: Финальная доработка проекта. Подготовка презентации: репетиция выступления и проверка материалов. Оформление работы для публикации.

Контроль: Публичная защита проекта перед комиссией. Обсуждение и оценка по установленным критериям. Подведение итогов курса.

Учебно-тематический план 2 года обучения

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			**Формы контроля**
		Всего	Теория	Практика	
	Вводное занятие	**1**	**1**	**0**	Тестирование
1	**Раздел: Визуальный контент: фото и графика**				
1.1	Искусство фотографии: от снимка к истории.	5	2	3	выставка
1.2	Компьютерная графика и дизайн	5	2	3	Создание афиши
2	**Раздел: Аудиомедиа: звук и реклама**				
2.1	Мастерство звукозаписи и саунд-дизайна.	6	2	4	Создание рекламного ролика
2.2	Реклама как комплексное медиаискусство	6	2	4	Создание медиапродукта
3.	**Раздел: Медиапедагогика и цифровая среда**				
3.1	Основы медиапедагогики	5	2	3	Защита конспекта
3.2	Современные СМИ и личный бренд в интернете	5	2	3	Творческая работа
4.	**Раздел: Выполнение творческой работы**				
5.	Итоговое занятие	**3**	**1**	**2**	Защита творческих работ
	Итого:	36	14	22	

Содержание программы

Тема. Вводное занятие

Теория: Цели раздела. Роль фото и графики в медиа. Обзор тем: искусство фотографии и основы дизайна. Техника безопасности.

Практика: Пробная съёмка на телефон/камеру. Знакомство с интерфейсом графического редактора (например, Canva). Создание пробного кадра или простой графической работы.

Контроль: Просмотр и оценка пробной работы.

Раздел 1. Визуальный контент: фото и графика

Тема 1.1: Искусство фотографии: от снимка к истории.

Теория: Жанры фотографии (репортажная, портрет, предметная). Продвинутые принципы композиции. Работа с естественным и искусственным светом. Основы портретной и репортажной съемки.

Практика: практические занятия: портретная съемка в интерьере, репортажная съемка школьного события, предметная съемка. Отбор и ретушь лучших кадров в графических редакторах.

Контроль: Выставка фотопроектов (тематическая серия из 3-5 фотографий каждого ученика).

Тема 1.2: Компьютерная графика и дизайн.

Теория: Основы графического дизайна: цвет, шрифты, композиция, брендбук. Работа в профессиональных редакторах (например, Canva, Figma, Adobe Photoshop). Создание макетов для печати и web (разрешение, цветовые профили). Основы моушн-дизайна и создания простой анимации для трейлеров.

Практика: Разработка фирменного стиля для школьной группы в социальных сетях. Создание серии афиш, инфографики. Работа над раскадровкой и графическими элементами для видеотрейлера.

Контроль: Творческое задание. Создание афиши или трейлера для реального мероприятия.

Раздел 2. Аудиомедиа: звук и реклама

Тема 2.1: Мастерство звукозаписи и саунд-дизайна.

Теория: Основы звукорежиссуры. Оборудование для записи (микрофоны, аудиоинтерфейсы). Запись голоса, интервью, атмосферного звука. Основы сведения и мастеринга. Удаление шумов. Работа в аудиоредакторах (Audacity, Adobe Audition).

Практика: Практикумы по записи подкаста, интервью, объявления. Озвучка видеоролика. Создание звукового ландшафта (подбор и запись фонов, звуковых эффектов).

Контроль: Творческое задание. Создание рекламного ролика (аудиоформат или аудиодорожка для видео) для школьной радиостанции или подкаста.

Тема 2.2: Реклама как комплексное медиаискусство.

Теория: Психология восприятия рекламы. Создание сценария и раскадровки для видео- и аудиорекламы. Работа с брифом и целевой аудиторией. Современные тренды в рекламе (виральный контент, нативная реклама).

Практика: Разработка рекламной кампании для проекта (от идеи до медиаплана). Создание креативной концепции и ее визуализация.

Контроль: Творческое задание. Создание медиапродукта (видео, пост, сторис) на основе рекламной концепции и его публикация на личной странице «ВКонтакте» с аналитикой.

Раздел 3. Медиапедагогика и цифровая среда

Тема 3.1: Основы медиапедагогики.

Теория: Что такое медиаобразование и его модели. Возрастные особенности восприятия медиа. Методика подготовки и проведения интерактивного занятия. Игровые технологии в медиаобразовании.

Практика: Разработка конспекта и презентации для интерактивного занятия. Создание раздаточных материалов и интерактивных заданий.

Контроль: Презентация и защита разработанного конспекта интерактивного занятия перед группой и педагогом с обоснованием выбранных методик и заданий.

Тема 3.2: Современные СМИ и личный бренд в интернете.

Теория: Ландшафт современных СМИ: онлайн-издания, блоги, социальные сети. Понятие личного бренда и цифровой гигиены. Стратегия ведения контента: как привлекать и удерживать аудиторию. Аналитика и метрики в соцсетях.

Практика: Анализ успешных медиапроектов и личных блогов. Разработка концепции для собственного просветительского или новостного проекта в соцсетях. Создание и планирование контент-плана.

Контроль: Творческая работа: создание и публикация собственного медиапродукта (пост, статья, видеообзор) на личной странице «ВКонтакте» в рамках разработанной концепции, с обоснованием выбора темы и формата.

Раздел 4. Выполнение творческой работы.

Тема 4.1: Выполнение творческой работы.

Теория: Правила выполнения творческой работы

Практика: Финальная доработка работы, объединяющего навыки, полученные в течение года (создание промо-кампании для школьного события, включающей фотосессию, афишу, аудио- и видеоролики, посты в соцсетях).

Контроль: Защита творческой работы

Тема 5: Итоговое занятие

Теория: Правила презентации творческой работы. Критерии оценки. Анализ работы за год. Аттестация по завершению программы.

Практика: Доработка работы и репетиция защиты.

Контроль: Защита творческой работы и итоговая оценка.

Планируемые результаты

Предметные:

1 год обучения

Учащийся будет знать:

- основные жанры журналистики и правила создания текстов;
- принципы работы с информацией и основы медиаграмотности;
- базовые функции графических и видеоредакторов;
- этапы разработки и реализации медиапроекта.

Учащийся будет уметь:

- создавать текстовые материалы (новость, интервью) в соответствии с жанром;
- обрабатывать фотографии и создавать простую графику (афиши, коллажи);
- снимать и монтировать несложное видео (сюжет, клип);
- планировать и выполнять индивидуальный или командный проект под руководством педагога.

2 год обучения

Учащийся будет знать:

- принципы композиции в фотографии и графическом дизайне;
- основы звукорежиссуры и создания аудиоконтента;
- правила разработки комплексной рекламной кампании
- основы медиапедагогики и ведения проектов в социальных сетях.

Учащийся будет уметь:

- проводить тематические фотосъемки и создавать серии работ;
- разрабатывать фирменный стиль и сложные графические макеты;
- записывать и обрабатывать звук для подкастов или рекламных роликов;
- самостоятельно планировать, создавать и публично защищать комплексный творческий проект (например, промо-кампанию);
- проводить простые медиауроки для младших школьников.

Метапредметные результаты:

Регулятивные УУД:

- определять и формулировать цель деятельности на занятии;
- учиться давать оценку деятельности команды.

Познавательные УУД:

- добывать новые знания: находить ответы на вопросы, используя разные источники информации,
- иметь навыки набора текста на компьютере, работы с офисными приложениями;
- получать ориентацию на творческий подход в любом виде журналисткой деятельности, уметь организовывать и проводить деловые и ролевые игры;
- перерабатывать полученную информацию: делать выводы в результате совместной работы всей команды.

Средством формирования этих действий служит учебный материал и задания.

Коммуникативные УУД:

- умение донести свою позицию до других: оформлять свою мысль. Слушать и понимать речь других;
- учиться выполнять различные роли в группе (оператор, диктор, корреспондент, фотограф, монтажер и др.).

Средством формирования этих действий служит организация работы в парах и малых группах.

Личностные результаты программы по социально-педагогическому направлению «Медиацентр»:

- развитие таких важных личностных качеств, как коммуникабельность, общая эрудиция, уровень культуры, выразительность речи, дисциплину и ответственность за порученное дело;
-активное включение в общение и взаимодействие с окружающими на принципах уважения и доброжелательности, взаимопомощи и сопереживания;
-проявление положительных качеств личности и управление своими эмоциями в различных ситуациях и условиях;
-проявление дисциплинированности, трудолюбие и упорство в достижении поставленных целей;
-оказание бескорыстной помощи своим сверстникам, нахождение с ними общего языка и общих интересов.

Раздел 2. Комплекс организационно-педагогических условий

Календарный график образовательного процесса дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа социально-гуманитарной направленности «Медиацентр»

Год обучения (уровень)	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество учебных недель	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий
1 год обучения стартовый	01.09.202_ г	30.05.202_	36	72	72, 2 часа в неделю	1 раз в неделю по 2 часа
2 год обучения	01.09.202_	30.05.202_	18	36	36, 1 час в неделю	1 раз в неделю по 1 часу

Формы и методы контроля, система отслеживания результатов освоения программы

Контроль по усвоению программы проводится с помощью промежуточной аттестации и аттестации по завершению программы.

Промежуточная аттестация включает в себя проверку теоретических знаний и практических умений и навыков, проводится в следующих формах: тестирований, защиты творческих и проектных работ. Промежуточная аттестация учащихся проводится в конце полугодия (декабрь).

Аттестация по завершению программы проводится по окончании обучения по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Медиацентр», проводится в форме защиты проектов.

Результаты аттестации оцениваются таким образом, чтобы можно было определить:

- насколько достигнуты прогнозируемые результаты дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы каждым учащихся;
- полноту освоения дополнительной образовательной программы;
- результативность самостоятельной деятельности в течение процесса обучения.

Уровень освоения программы учащимися определяться по работе в течение всего процесса обучения по следующим критериям:

- **Низкий уровень**.

менее чем 50% Плохо усваивает теоретические знания и практические умения, пользуется инструментами с помощью педагога. Много времени затрачивает на выполнение работы. Выполняет работу с помощью педагога или самостоятельно простейшие задания.

- **Средний уровень**. 70-50% Частично усваивает теоретические знания и практические умения, самостоятельно пользуется некоторыми инструментами. Успевает за определенное время изготовить медиапродукт. Выполняет задания на основе образца.

- **Высокий уровень**. 100-80% Усваивает теоретические знания и практические умения в полном объеме, пользуется инструментами и приспособлениями самостоятельно. Помогает другим. Выполняет практические задания с элементами творчества

Условия реализации программы

Методическое обеспечение образовательного процесса:

- теоретический блок занятий подкрепляется наглядными примерами (готовые медиапродукты, мастер-классы);

- для контроля усвоения материала используются интерактивные методы: игровые викторины на знание терминов, тестирование по основам медиаграмотности, защита и обсуждение проектов.

- итогом каждого занятия является конкретный практический результат: созданный черновик текста, отснятый видеофрагмент, смонтированный эпизод, что позволяет учащимся наглядно видеть свой прогресс.

- оценка приобретенных знаний и навыков проводится через регулярный анализ и самоанализ созданных медиапродуктов, а также публичную защиту итоговых проектов.

Методы:

1. Объяснительно-иллюстративный: демонстрация примеров медиапродуктов.
2. Репродуктивный: Выполнение упражнений по образцу
3. Частично-поисковый (эвристический): Мозговой штурм, разработка концепции проекта, планирование съемок.
4. Исследовательский
5. Практический: Съемка, запись звука, монтаж, фотосъемка, создание графики, написание текстов.
6. Метод проекта: Сквозная работа над созданием законченного медиапродукта от идеи до публикации.

*На занятиях используются следующие **формы работы**:*

- *Практическая работа***:** съемка, монтаж, запись звука, создание графики, написание текстов.
- *Проектная деятельность***:** разработка и реализация индивидуальных и групповых медиапроектов (новостной сюжет, видеоролик, фотосерия).
- *Тренинги и деловые игры***:** отработка интервью, пресс-конференции, редакционные планерки.
- *Творческие задания***:** генерация идей, создание концепций контента.

***Педагогические технологии*:** Проектный метод — создание медиапродуктов от идеи до защиты.

1. Работа в группах — совместная деятельность над общими заданиями.
2. Обучение через практику — освоение навыков сразу в действии (съёмка, монтаж, вёрстка).
3. Индивидуальные задания — личные упражнения по темам (фото, текст, графика).
4. Демонстрация и объяснение — показ приёмов работы педагогом с последующим повторением учениками.
5. Технология «равный — равному» —опытные ученики помогают новичкам осваивать съёмку и монтаж.
6. Игровые технологии — деловые и ролевые игры (редакционная летучка, пресс-конференция, тренинг интервью).
7. Информационно-коммуникационные технологии — освоение видеоредакторов, графических программ и мобильных приложений.
8. Создание портфолио — фиксация личных достижений и созданных материалов каждого участника.

Структура занятий построена с учетом *здоровьесберегающих технологий* и предполагает постоянное чередование видов деятельности:
работа за компьютером,
съемка,
обсуждение.

Материально-техническое обеспечение

Электронные учебники и электронные учебные пособия
Методическая литература
Программы: CapCut, Adobe Lightroom, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro и др.
Учебно-наглядные пособия
Инструкции по технике безопасности
Таблицы, схемы, фотоматериалы
Электронные учебно-наглядные пособия, в т.ч. компьютерные презентации, видеоролики

Помещения и оборудование	**Количество, шт.**
Кабинет	1

Компьютер	По возможности компьютерный класс
Стул	24
Стол	12
Ноутбук	1
Мультимедийный проектор	1
Видеокамера	1
Колонки	1

Информационное обеспечение: Электронные образовательные ресурсы, специальные компьютерные программы.

Кадровое обеспечение: Наличие педагога дополнительного образования, реализующего данную программу.

Список литературы и интернет-ресурсов

Для учащихся:

1. Агафонов А.В., Пожарская С.Г. // Фотобукварь. М., 1993, - 200с.
2. Андерес Г.Ф., Панфилов Н.Д., «Справочная книга кинолюбителя» (под общей редакцией Д.Н. Шемякина) – Лениздат, 1977 г.
3. Бабкин Е.В., Баканова А.И. //Фото и видео. М.,Дрофа, 1995, - 380с.
4. Гурский Ю., Корабельникова Г. Photoshop7.0. Трюки и эффекты - Спб.: Питер, 2002
5. Игры для интенсивного обучения / Под ред. В.В. Петрусинского. М., 1991.
6. Кеворков В.В. Рекламный текст. М., 1996.
7. КишикА.Н. Adobe Photoshop 7.0. Эффективный самоучитель
8. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. -М., 1983
9. Курский Л.Д., Фельдман Я.Д. //Иллюстрированное пособие по обучению фотосъемке. Практическое пособие. М., Высшая школа, 1991, - 160 с.
10. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1974.
11. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 1988

Для педагога:

1. Бондаренко Е.А. Творческий проект как элективный курс Образовательные технологии XXI века ОТ’07 / под ред. С.И. Гудилиной, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой. М., 2007 С. 188-194.
2. Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудилина.

3. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. -М.: Просвещение, 2002 – 144 с.
4. Медиакультура. Программа для 1-11 кл. // Основы экранной культуры. Медиакультура: сб. программ / под ред. Ю.Н. Усова. М., МИПКРО, 1996.
5. Мурюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006 200 с.
6. Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры», Арт-Родник, 2006 г.
7. Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях // Медиаобразование. 2005,№ 4 С.40-48.
8. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М,, Фомичева И.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

Дополнительная литература:

1. Тихомирова К.М., Рудакова Д.Т.: М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004 С. 89-92.
2. Хилько Н.Ф. Аудиовизуальное творчество как художественно-эстетическая деятельность // Искусство и образование. 2006 № 1 С. 59-71.
3. Фоминова М.А. Экранная культура в системе работы учителя мировой художественной культуры // Искусство в школе. 2003 № 5 С. 44-48.

Словарь терминов

АФИША — плакат, анонсирующий событие

БЛОГ — онлайн-дневник или журнал, где автор регулярно публикует контент

БРЕНДБУК — свод правил по использованию фирменного стиля (логотипа, цветов, шрифтов)

ВЕРИФИКАЦИЯ — проверка достоверности информации

ГИМБАЛ — устройство для стабилизации видео при съемке с рук

ЖАНР — тип произведения, определяемый его целью и формой (новость, репортаж, интервью, статья)

ЗАКАТ — первый абзац текста, в котором содержится главная мысль новости (отвечает на вопросы: Кто? Что? Где? Когда?)

ИНФОГРАФИКА — графический способ подачи информации, данных и знаний

ИНТЕРВЬЮ — жанр, в основе которого лежит диалог журналиста с interviewee (интервьюируемым)

ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ — человек, документ или учреждение, предоставляющее сведения

КАДР — отдельное изображение, фотография или отрезок видео между двумя склейками
КАДРИРОВАНИЕ — изменение границ кадра, обрезка видео
КОДЕК — алгоритм сжатия видеофайла для удобства хранения и обработки (например, H.264)
КОМПОЗИЦИЯ — построение кадра, расположение объектов в нем
КОНТЕНТ — любое информационное наполнение (тексты, изображения, видео, аудио)
КОНТЕНТ-ПЛАН — план публикаций в медиа (что, когда и где публиковать)
ЛОГОТИП (ЛОГО) — графический знак, символ организации или проекта
МЕДИА (СМИ) — средства массовой информации (телевидение, радио, газеты, журналы, интернет-издания)
МЕДИАГРАМОТНОСТЬ — способность критически анализировать, оценивать и создавать медиатексты
МЕДИАПРОДУКТ — законченное произведение, созданное в медиасреде (статья, видео, подкаст, фотопроект)
МЕДИАПРОСТРАНСТВО — информационная среда, создаваемая средствами массовой информации
МИКРОФОН-ПЕТЛИЧКА (ЛАВНИК) — маленький микрофон, который крепится на одежду
МОНТАЖ — процесс отбора, соединения и оформления отснятого материала в единое целое
НОВОСТЬ — краткое сообщение о свежем, актуальном событии
ОЗВУЧКА — процесс записи голоса за кадром
ПЛАН — масштаб изображения объекта в кадре (крупный, средний, общий)
ПОДКАСТ — аудиопередача, выпускаемая в формате сериала
ПРОДЮСИРОВАНИЕ — процесс управления созданием медиапродукта от идеи до реализации
РАКУРС — точка съемки, угол зрения на объект (сверху, снизу, сбоку)
РЕНДЕРИНГ (ЭКСПОРТ) — финальный процесс сохранения смонтированного проекта в готовый видеофайл
РЕПОРТАЖ — жанр, предполагающий прямой репортаж с места событий
САУНД-ДИЗАЙН — создание и подбор звуковых эффектов для видео
САУНДТРЕК (ФОНОВАЯ МУЗЫКА) — музыка, сопровождающая видео
СКЛЕЙКА — переход между двумя кадрами
СЛАЙДЕР — устройство для плавного перемещения камеры вдоль оси
СОЦСЕТИ (СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ) — платформы для создания и обмена контентом (ВКонтакте, YouTube, Telegram)

СТАБИЛИЗАЦИЯ — устранение дрожания камеры (электронное или с помощью штатива, гимбалла)

ТАЙМЛАПС (ИНТЕРВАЛЬНАЯ СЪЕМКА) — техника съемки, при которой кадры снимаются с большими интервалами, а при воспроизведении ускоряются

ТАЙМЛАЙН (МОНТАЖНАЯ ЛИНЕЙКА) — рабочая область в программе для монтажа, где располагаются видео- и аудиодорожки

ТАРГЕТИНГ — механизм показа контента определенной аудитории по заданным параметрам (возраст, интересы)

ТИПОГРАФИКА — искусство оформления текста с помощью шрифтов

ТРЕЙЛЕР — короткий видеоролик, рекламирующий фильм, мероприятие или проект

ФЕЙК-НЬЮС (ФЕЙК) — заведомо ложная информация, представленная в виде новости

ФОКУС — настройка резкости изображения

ЦВЕТОКОРРЕКЦИЯ — корректировка цветов видео для придания ему нужного настроения или исправления ошибок съемки

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ — конкретная группа людей, на которую ориентирован контент

ШРИФТ (FONT) — графический рисунок букв и символов

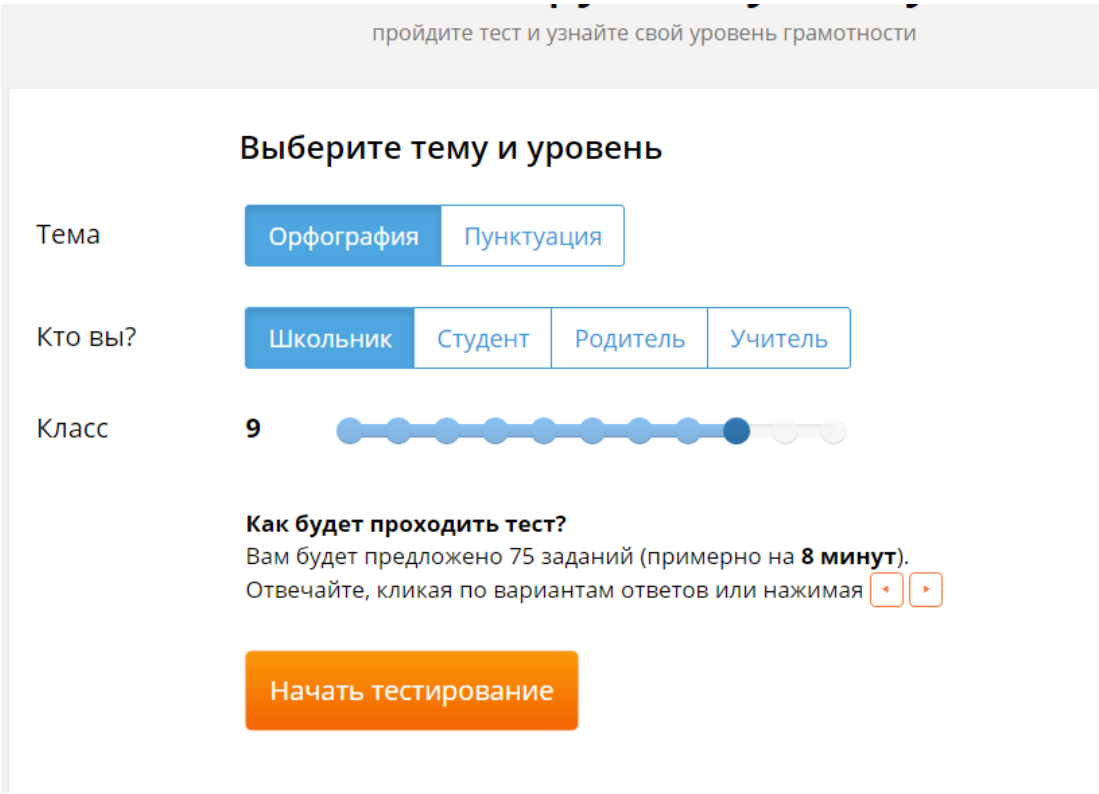
ЭКСПОЗИЦИЯ — количество света, попадающего на матрицу камеры

ХРОМАКЕЙ — технология съемки на одноцветном фоне с последующей его заменой на любое изображение или видео

ПРИЛОЖЕНИЯ

2.3.1Оценочные материалы

Тест «Речевая грамотность» - https://gramotei.online/demo/run. Позволяет проверить знания по пунктуации и орфографии в форме онлайн-тестирования.



Справившиеся с этим заданием проходят собеседование с педагогом на наличие речевых ошибок.

Обратная связь

Оценивание по 12 бальной шкале.

«1-6 баллов»- оценка 3

«6- 10 баллов» - оценка 4

«11- 12 баллов» - оценка 5

1-30 – оценка 3

30- 50 - оценка 4

50- 60 – оценка 5

ФИ уч-ся	Критерии	Балл	Учитель
	Грамотность		
	Объем информации		
	Умение излагать свои мысли		

	Связь с современностью		
	Знание особенностей Публицистического стиля		

Критерии контрольного задания: «Репортаж», «Новостной пост»

Результат	*УУД, личностные результаты*	*Критерии результативности программы*
Умение создавать авторский текст в жанре репортажа и новостной статьи.	Осознание личной позиции по обсуждаемому вопросу (ценностное самоопределение) и умение ее предъявлять. Умение с достаточной полнотой и точностью выражать свои мысли в соответствии с задачами и условиями коммуникации, соблюдая нормы построения текста.	Все учащиеся научатся создавать авторский текст в жанре репортажа, новостной статьи, ролика.

Объекты оценивания и критерии их оценки
(критерии оценки деятельности учащихся)

Объект оценивания: авторский текст в жанре репортажа и новостной статьи, ролика.

Требования к объекту оценивания:

1. Тема задается учителем.
2. Наличие заголовка текста, соответствующего теме репортажа.
3. Указание автора текста.
4. Отсутствие речевых и грамматических ошибок в тексте.
5. Объём текста: 1-2 печатных листа, 14 кегль, интервал 1,5, шрифт Times New Roman.

Критерии оценки	*Показатели*
1. Критерии авторства	

1.1.Наличие авторской позиции (авторского мнения, отношения к описываемому событию, явлению).	Количество читателей репортажа, которые одинаково формулируют содержание авторской позиции (авторского мнения, отношения): - более 90 % – 10 баллов; - от 50 до 90 % – 7 баллов; - от 20 до 50 % – 4 балла; - менее 20 % – 2 балла; - все читатели затрудняются выделить авторскую позицию – 0 баллов.
1.2. Применение средств предъявления авторской позиции, адекватных жанру репортажа: прямое высказывание отношения (критика, одобрение, комментарии и др.); выделение наиболее значимых с точки зрения автора эпизодов; эмоционально - окрашенный стиль текста и др.	Количество использованных средств: - 2 и более – 10 баллов; - 1 средство – 7 баллов; - Отсутствие средств – 0 баллов.
2. Критерии соответствия жанру	
2.1. «Композиция репортажа».	Соблюдение требований к композиции; последовательность изложения: - все требования соблюдены репортажа, события переданы последовательно – 10 баллов; - одно требование не соблюдается, события переданы последовательно – 7 баллов; - все требования соблюдены, хронология событий нарушена – 5 баллов; - одно требование не соблюдается, хронология событий нарушена – 2 балла; - требования нарушены, последовательность событий отсутствует – 0 баллов.

2.2.Применение средств, создающих «эффект присутствия»: свидетельство очевидцев, прямая речь, диалоги, обращение к деталям описания, эмоциональное состояние автора.	Количество использованных средств, создающих «эффект присутствия»: - три и более – 10 баллов; - два – 7 баллов; - одно – 5 баллов; - средства не использованы – 0 баллов.
2.3.Достоверность информации: отсутствие ошибок в используемых названиях, фамилиях, правильная передача слов участников события, правдивое описание действия и др.	Количество ошибок: - ошибок нет – 10 баллов; - одна ошибка, обнаруженная редактором в ходе подготовки материала к печати – 5 баллов; - на материал подана рекламация, информация рекламации подтвердилась – 0 баллов.

Требования к презентации в PowerPoint

№		Требования	Примечания
1.	**Основные слайды презентации**	Структура презентации: ● *Для любого типа презентации*: 1-ый слайд – титульный лист – тема, автор, логотип; 2-ой слайд – сведения об авторе; 3-ий слайд – содержание презентации с кнопками навигации; в конце – список используемых источников завершающий слайд – повторение контактной информации об авторе.	На 2-ом слайде размещается фотография автора, информация о нём и контактная информация. Кнопки навигации нужны для быстроты перемещения внутри презентации – к любому слайду можно добраться в 2 щелчка. Соблюдайте основные правила цитирования и авторские права!!! (обязательно указание первоисточников материалов: откуда взяли иллюстрации, звуки, тексты, ссылки; кроме интернет-ссылок, указываются и печатные издания)
2.	**Виды слайдов**	Для обеспечения наглядности следует использовать разные способы размещения	

		информации и разные виды слайдов: ● с текстом ● с иллюстрациями; ● с таблицами; ● с диаграммами; ● с анимацией	
3.	**Шрифт**	**Текст должен быть хорошо виден.** Размер шрифта должен быть максимально крупным на слайде! Самый «мелкий» для презентации – шрифт 24 пт (для текста) и 40 пт (для заголовков). Интервал между строк – полуторный.	Желательно устанавливать ЕДИНЫЙ СТИЛЬ шрифта для всей презентации.
4.	**Содержание информации**	При подготовке текста презентации в обязательном порядке должны соблюдаться общепринятые правила орфографии, пунктуации, стилистики и правила оформления текста (отсутствие точки в заголовках и т.д.), а также могут использоваться общепринятые сокращения. Форма представления информации должна соответствовать уровню знаний аудитории слушателей, для которых демонстрируется презентация.	**В презентациях точка в заголовках ставится.**
5.	**Объем информации**	**Недопустимо заполнять один слайд слишком большим объемом информации**: единовременно человеку трудно запомнить более трех	Размещать много мелкого текста на слайде недопустимо! Существует мнение, что на слайде должно быть размещено

		фактов, выводов или определений. Наибольшая эффективность передачи содержания достигается, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.	не более 290 знаков (включая пробелы).
6.	**Способы выделения информации**	Следует **наглядно** размещать информацию: применять рамки, границы, заливку, разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки. Если хотите привлечь особое внимание, используйте рисунки, диаграммы, схемы, таблицы, выделяйте опорные слова.	Важно не нарушать чувства меры: не перегружать слайды, но в то же время и не размещать сплошной текст.
7.	**Использование списков**	Списки из большого числа пунктов не приветствуются. Лучше использовать списки по 3-7 пунктов. Большие списки и таблицы разбивать на 2 слайда.	
8.	**Воздействие цвета**	Важно грамотное сочетание цвета в презентации! На одном слайде рекомендуется использовать ***не более трех цветов***: один для фона, один для заголовков, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Учитывайте, что цвет влияет на восприятие различных групп слушателей по-разному (дети, взрослые, деловые партнеры, участники конференции и т.д.).	Цвет может увеличить или уменьшить кажущиеся размеры объектов. **Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).**

9.	**Цвет фона**	Для фона выбирайте более холодные тона (предпочтительнее) или светлый фон и темные надписи. **Пёстрый фон не применять.**	Текст должен быть хорошо виден на любом экране! Не забывайте, что презентация отображается по-разному на экране монитора и через проектор (цветовая гамма через проектор искажается, будет выглядеть темнее и менее контрастно)
10.	**Размещение изображений и фотографий**	В презентации размещать только оптимизированные (уменьшенные) изображения. Картинка должна иметь размер не более 1024*768 Иллюстрации располагаются на слайдах так, чтобы слева, справа, сверху, снизу от края слайда оставались неширокие свободные поля. Перед демонстрацией ОБЯЗАТЕЛЬНО проверять, насколько четко просматриваются изображения.	Для уменьшения объема самой презентации рекомендуется соблюдать правила: ●оптимизировать объем изображений (для уменьшения «веса» картинки можно использовать MicrosoftOfficePictureManager); ●вставлять картинки, используя специальные поля PowerPoint, а не просто перетаскивать их в презентацию; ● обрезать картинку лучше в специализированной программе (Photoshop или др.), а не непосредственно средствами PowerPoint Как правило, картинка (не фотография) весит меньше в формате gif / png,нежели в jpg и т.д. **Плохой** считается презентация, которая: ● долго загружается и имеет большой размер, ● когда фотографии и картинки растянуты и имеют нечеткие изображения!

			Помните, что анимированные картинки не должны отвлекать внимание от содержания!
11.	**Анимационные эффекты**	**Анимация не должна быть навязчивой!** **Не допускается** использование ***побуквенной*** анимации и вращения, а также использование более 3-х анимационных эффектов на одном слайде. **Не рекомендуется** применять эффекты анимации к заголовкам, особенно такие, как «Вращение», «Спираль» и т.п. При использовании анимации следует помнить о **недопустимости** пересечения вновь появляющегося объекта с элементами уже присутствующих объектов на экране.	В информационных слайдах анимация объектов допускается только в случае, если это необходимо для отражения изменений и если очередность появления анимированных объектов соответствует структуре презентации и теме выступления. Исключения составляют специально созданные, динамические презентации.
12.	**Звук**	**Не допускается** сопровождение появления текста звуковыми эффектами из стандартного набора звуков PowerPoint. Музыка должна быть ненавязчивая, а её выбор оправдан!	Звуковое сопровождение слайдов подбирайте с осторожностью, только там, где это действительно необходимо. Того же правила придерживайтесь при использовании анимационных эффектов.
13.	**Единство стиля**	Для лучшего восприятия старайтесь придерживаться ЕДИНОГО ФОРМАТА СЛАЙДОВ (одинаковый тип	

		шрифта, сходная цветовая гамма). **Недопустимо** использование в одной презентации разных шаблонов оформления!	
	Сохранение презентаций	Сохранять презентацию лучше как «Демонстрация PowerPoint». С расширением **.pps**	Тогда в одном файле окажутся ВСЕ приложения (музыка, ссылки, текстовые документы и.т.д.)

2.4. Итоговая аттестация

Презентации учебных проектов могут быть проведены в виде:

• демонстрации видео-фильма / продукта, выполненного на основе информационных технологий;
• диалога исторических или литературных персонажей;
• игры с залом;
• инсценировки реально-го или вымышленного исторического события;
• пресс-конференции;
• видеопутешествия или видеоэссе;
• рекламы;
• ролевой игры;
• интервью;
• телепередачи;
• фоторепортаж;
• виртуальной экскурсии.

Оценивание презентации и защиты проекта происходит по разработанным критериям.

Критерии оценки содержания и защиты проекта:

Критерии оценки проекта	Содержание критерия оценки	Кол-во баллов	Само-оценка	Оценка руководи-теля проекта
Актуальность поставленной проблемы	Насколько работа интересна в практическом или теоретическом плане?	От 0 до 1		

	Насколько работа является новой? обращается ли автор к проблеме, для комплексного решения которой нет готовых ответов?	От 0 до 1		
	Верно ли определил автор актуальность работы?	От 0 до 1		
	Верно ли определены цели, задачи работы?	От 0 до 2		
Теоретическая и \ или практическая ценность	Результаты исследования доведены до идеи (потенциальной возможности) применения на практике.	От 0 до 2		
	Проделанная работа решает или детально прорабатывает на материале проблемные теоретические вопросы в определенной научной области	От 0 до 2		
	Автор в работе указал теоретическую и / или практическую значимость	От 0 до 1		
Методы исследования	Целесообразность применяемых методов	1		
	Соблюдение технологии использования методов	1		
Качество содержания проектной работы	Выводы работы соответствуют поставленным целям	2		

	Оригинальность, неповторимость проекта	2		
	В проекте есть разделение на части, компоненты, в каждом из которых освещается отдельная сторона работы	1		
	Есть ли исследовательский аспект в работе	2		
	Есть ли у работы перспектива развития	1		
Качество продукта проекта (презентации, сайта, информационного диска)	Интересная форма представления, но в рамках делового стиля	От 0 до 2		
	Логичность, последовательность слайдов, фотографий и т.д.	От 0 до 2		
	Форма материала соответствует задумке	1		
	Текст легко воспринимается	1		
	Отсутствие грамматических ошибок, стиль речи	1		
Компетентность участника при защите работы	Четкие представления о целях работы, о направлениях ее развития, критическая оценка работы и полученных результатов	От 0 до 2		
	Докладчик изъясняется ясно, четко, понятно,	От 0 до 2		

	умеет заинтересовать аудиторию, обращает внимание на главные моменты в работе			
	Докладчик опирается на краткие тезисы, выводы, и распространяет, объясняет их аудитории.	От 0 до 2		
	Докладчик выдержал временные рамки выступления и успел раскрыть основную суть работы.	От 0 до 2		
	Докладчик смог аргументировано ответить на заданные вопросы либо определить возможные пути поиска ответа на вопрос	От 0 до 2		