



## Содержание

1.	Информационная карта программы .....	3
2.	Общая характеристика программы.....	5
2.1.	Пояснительная записка.....	5
2.2.	Нормативные документы .....	6
2.3.	Цели и задачи реализации программы.....	7
2.4.	Планируемые результаты обучения.....	8
3.	Порядок аттестации.....	9
4.	Содержание программы.....	10
4.1.	Учебно-тематический план .....	10
4.2.	Календарный учебный график .....	11
4.3.	Содержание учебно – тематического плана .....	12
5.	Организационно-педагогические условия программы.....	15
6.	Материально-техническое обеспечение.....	16
7.	Оценочные материалы .....	18
8.	Список рекомендуемой литературы .....	20
9.	Приложения.....	22
10.	Рабочая программа.....	23

## 1. Информационная карта программы

1	<b>Полное название программы</b>	Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Работа с социальными сетями»
2	<b>Авторы программы</b>	Пыркова Юлия Дмитриевна
3	<b>Название образовательной организации</b>	АНО ДПО «Центр новых форм развития образования» структурное подразделение «Кванториум Бор»
4	<b>Адрес организации</b>	г. Бор, поселок Неклюдово, ул. Трудовая 10А
5	<b>Форма обучения</b>	Очная.
6	<b>Форма проведения</b>	Фронтальная, групповая, индивидуальная.
7	<b>Вид программы по уровню усвоения содержания программы</b>	Углублённый модуль
8	<b>Цель программы</b>	Обучение навыкам и знаниям, необходимым для работы в сфере SMM (Social Media Marketing) через изучение основ маркетинга, методов работы с социальными медиа, создание и продвижение контента, анализ результатов и оценку эффективности работы.
9	<b>Направленность программы</b>	Техническая
10	<b>Сроки реализации</b>	72 часа
11	<b>Количество участников программы</b>	Группы 10-15 человек.
12	<b>Условие участия в программе</b>	Обучающиеся 11-17 лет
13	<b>Условия размещения участников программы</b>	Оборудованный кабинет детского технопарка «Кванториум-Бор»
14	<b>Ожидаемый результат</b>	<p><i>Предметные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- будут знать основные понятия и функции социальных сетей, их истории и развитие.</li> <li>- будут понимать специфику работы с различными типами социальных сетей (ВКонтакте, Телеграм).</li> <li>- будут владеть инструментами и функционалом социальных сетей для создания и управления аккаунтами, группами и страницами.</li> <li>- получают навыки работы с контентом в социальных сетях, включая создание и редактирование публикаций, планирование контента и анализ эффективности.</li> <li>- будут уметь анализировать и оценивать эффективность работы с социальными сетями, а также определять ключевые показатели.</li> </ul> <p><i>Метапредметные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- будут уметь работать в творческой команде в рамках поставленной задачи;</li> <li>- будут использовать ресурсы сети Интернет в профессиональных целях, в том числе для продвижения медиапродукта;</li> <li>- получают навыки исследовательской и проектной</li> </ul>

		<p>деятельности в области медийного производства;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- получают навыки ораторского мастерства и искусства самопрезентации.</li></ul> <p><i>Личностные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- будут уметь работать в команде, быть ответственным, принимать на себя разные роли, делегировать полномочия.</li><li>- получают навыки дисциплинированности, самостоятельности, самоорганизации и мотивации к самосовершенствованию.</li></ul>
--	--	---

## 2. Общая характеристика программы

### 2.1. Пояснительная записка

**Актуальность программы** заключается в том, что медийное производство становится одним из направлений образовательного процесса. Обучающиеся Медиаквантума будут играть значительную роль в реализации Программы развития общекультурных компетенций, участвуя в создании особого культурного пространства в технопарке и за его пределами. С другой стороны, интеграция с такими квантумами, как Аэроквантум (аэро-, фото- и видеосъёмка) или IT-квантум, даст возможность разработки инновационных арт-проектов, в том числе для внешних потребителей.

**Педагогическая целесообразность изучения материала** этой программы заключается в том, что она является целостной и непрерывной в течение всего процесса обучения, и позволяет учащемуся шаг за шагом раскрывать в себе творческие возможности и самореализоваться в современном мире. Данная программа является углублённым модулем с возможностью продолжить обучение.

Важной составляющей образовательных программ детских технопарков «Кванториум» является презентация проектных работ обучающихся. Углублённый модуль направлен на формирование у кванторианцев:

- коммуникативных навыков;
- навыков презентации и самопрезентации;
- навыков работы с текстом;
- углублённых навыков работы с изображением (фото и видео материалы);
- углублённых навыков работы со специализированным оборудованием.

Полнота деятельности обучающихся в рамках углубленного модуля определяется:

- выбором разных направлений: ролик (анонс, релиз) о значимых событиях технопарка, города, области и т.д.; документальный фильм определенной тематики; художественное кино; тематическая рубрика и т.п.;
- ориентацией на разные целевые группы;
- широким охватом различных медийных площадок (электронные СМИ, информационные ресурсы, социальные сети);
- разнообразными формами подачи материала с использованием различных современных инструментов.

Ключевыми принципами программы являются:

- гибкость и оперативность;

- актуальность;
- многоформенность;
- многоплатформенность;
- учет возрастных особенностей детей и подростков;
- проектный характер деятельности;
- приоритет групповых форм работы;
- тесная связь с реальной медийной практикой, в том числе деятельность, приносящая доход;
- сетевое взаимодействие с региональными средствами массовой коммуникации, журналистским сообществом региона, другими общественными организациями, существующими детскими/молодежными студиями и объединениями соответствующей направленности;
- междисциплинарное взаимодействие внутри технопарка и др.

Эти принципы позволяют рассматривать образовательную программу не только как средство развития детских талантов или способ подготовки будущих медиажурналистов. Детская журналистика может выступать как современное направление социально-значимой деятельности детского коллектива, направленной на продвижение ценностей демократии, гуманизма, прав человека, а также презентацию результатов работы технопарка (в том числе в СМИ). Именно поэтому детское медиапроизводство становится всё более востребованным детскими и молодежными организациями, которые нуждаются в собственных диалоговых каналах.

### **Направленность программы – техническая**

#### **2.2. Нормативные документы**

Программа разработана в соответствии с требованиями следующих нормативно-правовых документов:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р «Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года»;
- Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 N 1642 (ред. от 07.07.2021) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие образования»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 №629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

– Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648–20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодёжи»;

– Письмо Министерства просвещения РФ от 31.01.2022 № 1ДГ 245/06 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с "Методическими рекомендациями по реализации дополнительных общеобразовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий");

– Устав и локальные акты Автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Центр новых форм развития образования».

### **2.3. Цели и задачи реализации программы**

#### **Цель программы:**

Обучение навыкам и знаниям, необходимым для работы в сфере SMM (Social Media Marketing) через изучение основ маркетинга, методов работы с социальными медиа, создание и продвижение контента, анализ результатов и оценку эффективности работы.

#### **Задачи:**

##### *Обучающие:*

- обучить основам работы с социальными сетями: понимание специфики каждой платформы, знакомство с функционалом и инструментами;
- формировать основы работы с компьютерными программами и оборудованием, необходимым для производства медиаконтента;
- обучить созданию и управлению аккаунтами, группами и страницами в социальных сетях;
- обучить навыкам работы с контентом: создание и редактирование публикаций, планирование и анализ эффективности контента;
- обучить поэтапному планированию процесса разработки и реализации;
- собственных проектов, в том числе основам продвижения медиапродукта;
- формировать у обучающихся навыки презентации и самопрезентации;
- публичных выступлений.

##### *Развивающие:*

- развивать навыки исследовательской и проектной деятельности;
- стимулировать познавательную и творческую активность через создание контента

на разных площадках, а также участие в различных видах соревновательной и конкурсной деятельности;

- развивать у обучающихся память, внимание, логическое и аналитическое мышление, творческие способности, в том числе через знакомство с основами дизайна, историей кино.

*Воспитательные:*

- формировать общую культуру через понимание детской журналистики как современного направления социально значимой деятельности детского коллектива;
- воспитывать ответственность, дисциплинированность, самостоятельность, самоорганизацию, мотивацию к самосовершенствованию;
- формировать чувство взаимопомощи, командного взаимодействия.

## **2.4. Планируемые результаты обучения**

*Предметные:*

- будут знать основные понятия и функции социальных сетей, их истории и развитие;
- будут понимать специфику работы с различными типами социальных сетей (ВКонтакте, Телеграм);
- будут владеть инструментами и функционалом социальных сетей для создания и управления аккаунтами, группами и страницами;
- получают навыки работы с контентом в социальных сетях, включая создание и редактирование публикаций, планирование контента и анализ эффективности;
- будут уметь анализировать и оценивать эффективность работы с социальными сетями, а также определять ключевые показатели.

*Метапредметные:*

- будут уметь работать в творческой команде в рамках поставленной задачи;
- будут использовать ресурсы сети Интернет в профессиональных целях, в том числе для продвижения медиапродукта;
- получают навыки исследовательской и проектной деятельности в области медийного производства;
- получают навыки ораторского мастерства и искусства самопрезентации.

*Личностные:*

- будут уметь работать в команде, быть ответственным, принимать на себя разные роли, делегировать полномочия;
- получают навыки дисциплинированности, самостоятельности, самоорганизации и мотивации к самосовершенствованию.



### **3. Порядок аттестации**

В соответствии с Положением об аттестации обучающихся АНО ДПО «ЦНФРО», в Учреждении предусмотрено проведение промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация – это оценка качества освоения обучающимися уровня достижений, заявленных в программе по завершении реализации программы на основании комплексной оценки уровня сформированности Hard и soft skills компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации: защита проектной работы.

Критерии оценки результативности не должны противоречить следующим показателям:

80% и более – высокий уровень освоения – обучающийся демонстрирует уверенное владение понятийным аппаратом, работает с оборудованием самостоятельно, не испытывает особых трудностей; выполняет практические задания с элементами творчества;

От 50% до 79% – средний уровень освоения - сочетает специальную терминологию с бытовой; работает с оборудованием с помощью педагога; выполняет задания самостоятельно.

## 4. Содержание программы

### 4.1. Учебно-тематический план

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего	В том числе		Формы и методы контроля
			Теория	Практика	
<b>1</b>	<b>Взаимодействие в команде.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Опрос
1.1	Вводное занятие. Актуализация знаний.	2	1	1	
1.2	Понятия «команда» и «командообразование». Рольевая структура команды.	2	1	1	Наблюдение
<b>2</b>	<b>SMM-менеджер: введение в профессию.</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	Наблюдение
2.1	Профессия SMM-менеджера.	2	1	1	
2.2	Основы маркетинга для SMM-менеджера.	2	1	1	Презентация результатов раздела программы
2.3	Аналитика и исследование аудитории.	2	1	1	
2.4	Анализ конкурентов и выявление трендов.	2	1	1	
2.5	Генерация идей и их применение.	4	1	3	
2.6	Копирайтинг.	4	1	3	
2.7	Работа с брифом.	4	1	3	
2.8	Навыки презентации и самопрезентации.	4	1	3	
2.9	Создание продающей видеопрезентации.	2	0	2	
<b>3</b>	<b>Создание контента.</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	
3.1	Дизайн для социальных сетей.	2	1	1	Презентация результатов раздела программы
3.2	Тренды и Креатив.	2	1	1	
3.3	Сервисы для работы с контентом.	2	0	2	Презентация результатов раздела программы
3.4	Создание контент-плана.	2	0	2	
3.5	Работа по контент-плану.	2	0	2	
<b>4</b>	<b>Продвижение контента.</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	Наблюдение
4.1	Основы продвижения контента.	2	1	1	Презентация результатов раздела программы
4.2	Виды стратегий продвижения контента.	2	1	1	
4.3	Анализ ключевых показателей эффективности.	2	1	1	
4.4	Планирование контент-стратегии.	2	1	1	
4.5	Реализация контент-стратегии.	2	1	1	
4.6	Анализ и профит.	2	0	2	
<b>5</b>	<b>Кейс «Создание сообщества ВКонтакте или канала в Телеграм».</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	Наблюдение
5.1	Анализ сообществ/каналов конкурентов.	2	1	1	Презентация результатов раздела программы
5.2	Создание и настройка сообщества/канала.	2	1	1	
5.3	Оформление сообщества/канала.	2	1	1	
5.4	Работа над контентом.	4	1	3	
5.5	Съёмка промо-роликов.	6	1	5	
5.6	Подготовка к промежуточной аттестации.	2	1	1	
<b>6</b>	<b>Промежуточная аттестация. Рефлексия.</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	Защита проектной работы
	<b>ВСЕГО</b>	<b>72</b>	<b>23</b>	<b>49</b>	

## 4.2. Календарный учебный график

Разделы	Январь			Февраль				Март				Апрель			Май		Итого		
Взаимодействие в команде			4														4		
SMM-менеджер: введение в профессию.			4	4	4	4	4	4	2								26		
Создание контента.									2	4	4						10		
Продвижение контента.											4	4	4				12		
Создание сообщества ВКонтакте или канала в Телеграм.														4	4	4	4	2	18
Промежуточная аттестация. Защита проектов. Рефлексия.																	2	2	
<b>Итого</b>																			72

### 4.3. Содержание учебно – тематического плана

№	Темы занятия	Содержание занятий
1	<b>Взаимодействие в команде.</b>	
1.1	Вводное занятие. Введение в предмет, техника безопасности.	<b>Теория:</b> Вводный инструктаж «Охрана труда на занятиях. Правила поведения на занятиях». Перспективы применения приобретённых знаний. Правила противопожарной безопасности. Правила пользования техникой и оборудованием. <b>Практика:</b> Игры на сплочение и командообразование. Брейн-ринг – основные понятия журналистики.
1.2	Понятия "команда" и "командообразование". Ролевая структура команды.	<b>Теория:</b> Понятия "команда" и "командообразование". Основные признаки и функции команды. Ролевая структура команды. <b>Практика:</b> Игры на сплочение и командообразование. Брейн-ринг – основные понятия журналистики.
2	<b>SMM-менеджер: введение в профессию.</b>	
2.1	Профессия SMM-менеджера.	<b>Теория:</b> Понятия SMM, менеджер, виды деятельности SMM-менеджера. <b>Практика:</b> Игра «Какой ты SMM-щик».
2.2	Основы маркетинга для SMM-менеджера.	<b>Теория:</b> Основные правила маркетинга для специалистов. <b>Практика:</b> Работа с сервисами для SMM-менеджера.
2.3	Аналитика и исследование аудитории.	<b>Теория:</b> Понятие анализа, способы анализа аудитории, исследование болей ЦА. <b>Практика:</b> Анализ целевой аудитории разных сообществ.
2.4	Анализ конкурентов и выявление трендов.	<b>Теория:</b> Конкурентный анализ, современные тренды. <b>Практика:</b> Анализ современных трендов на примере сообществ ВКонтакте.
2.5	Генерация идей и их применение.	<b>Теория:</b> Методы и виды генерации идей. <b>Практика:</b> Мозговой штурм, метод 6-ти шляп.
2.6	Копирайтинг.	<b>Теория:</b> Понятие копирайтинга. Виды и примеры применения копирайтинга в SMM. <b>Практика:</b> Создание истории о каком-либо продукте.
2.7	Работа с брифом.	<b>Теория:</b> Понятие брифа, как составить шаблон для брифа под реального заказчика. <b>Практика:</b> Создание брифа.
2.8	Навыки презентации и самопрезентации.	<b>Теория:</b> Цели и задачи презентации. Правила самопрезентации. <b>Практика:</b> Написание речи для самопрезентации.
2.9	Создание продающей видеопрезентации.	<b>Практика:</b> Создание видеопрезентации.
3.	<b>Создание контента.</b>	
3.1	Дизайн для социальных сетей.	<b>Теория:</b> Современные тренды дизайна для социальных сетей. <b>Практика:</b> Создание дизайна для поста.

3.2.	Тренды и Креатив.	<b>Теория:</b> Современные тренды и стили. Их применение в контенте социальных сетей. <b>Практика:</b> Создание постов под разные типы целевой аудитории.
3.3	Сервисы для работы с контентом.	<b>Практика:</b> Создание контента под разные цели и задачи с использованием разных типов контента.
3.4	Создание контент-плана.	<b>Практика:</b> Создание контент-плана из разных серий постов.
3.5	Работа по контент-плану.	<b>Практика:</b> Создание постов, их оформления по контент-плану.
4	<b>Продвижение контента.</b>	
4.1.	Основы продвижения контента.	<b>Теория:</b> Стратегии продвижения контента. Основные функции таргета. <b>Практика:</b> Практическое занятие по таргету.
4.2.	Виды стратегий продвижения контента.	<b>Теория:</b> Виды стратегий продвижения. <b>Практика:</b> Работа с сервисами для продвижения.
4.3.	Анализ ключевых показателей эффективности.	<b>Теория:</b> Основные показатели эффективности. Критерии оценки. <b>Практика:</b> Анализ показателей эффективности на конкретных примерах.
4.4.	Планирование контент-стратегии.	<b>Теория:</b> Понятие контент-стратегии. Как правильно её выстроить. <b>Практика:</b> Создание контент-стратегии.
4.5	Реализация контент-стратегии.	<b>Теория:</b> Типы и виды реализации контент-стратегии. <b>Практика:</b> Практическое занятие по работе с контент-стратегией.
4.6	Анализ и профит.	<b>Практика:</b> Анализ проделанной работы по реализации контент-стратегии.
5	<b>Кейс «Создание сообщества ВКонтакте или канала в Телеграм».</b>	
5.1	Анализ сообществ/каналов конкурентов.	<b>Теория:</b> Основные критерии развития сообществ/каналов. Их различие. <b>Практика:</b> Анализ сообществ ВКонтакте конкурентов.
5.2	Создание и настройка сообщества/канала.	<b>Теория:</b> Характеристики создания сообщества/канала. Основные пункты создания. <b>Практика:</b> Практическое занятие по настройке сообщества.
5.3	Оформление сообщества/канала.	<b>Теория:</b> Виды современных дизайнов для оформления сообщества/канала. Бесплатные стоки. Сервисы по работе с оформлением. <b>Практика:</b> Разработка дизайна для сообщества/канала.
5.4	Работа над контентом.	<b>Теория:</b> Главные аспекты создания контента. <b>Практика:</b> Создание постов.
5.5	Съёмка промо-роликов.	<b>Теория:</b> Написание сценария. Раскадровка. Работа с комплексным пакетом монтажных программ. Запись закадрового текста. <b>Практика:</b> Работа над проектом.
5.6	Подготовка к защите проекта.	<b>Теория:</b> Правила успешной презентации. Правила поведения при публичном выступлении.

		<b>Практика:</b> Написание речи к защите. Создание презентации для защиты проекта.
6	<b>Промежуточная аттестация. Рефлексия.</b>	<b>Практика:</b> защита проекта.

## **5. Организационно-педагогические условия программы**

**Возраст обучающихся, участвующих в реализации программы:** 11-17 лет.

**Срок реализации программы:** 72 академических часа.

**Режим занятий:** 2 раза в неделю по 2 академических часа с десятиминутным перерывом (каждый час по 45 минут).

**Формы организации учебной деятельности:** фронтальная, групповая, индивидуальная, парная.

**Количество обучающихся в группе:** 10 - 15 человек.

## 6. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование	Кол-во
1	GreenBean Sunlight 100 Double Kit Источник постоянного света	2
2	Импульсивный осветитель Godox Witstro AD400Pro с TTL	2
3	Октобокс Profoto RFi Octa Softbox 4' 120см 254715	1
4	Софтбокс Profoto Softbox 3x4' 90x120см RFi 254704	1
5	Рефлектор Profoto Zoom Reflector 100785	2
6	Profoto Шторки для Zoom Reflector (Barndoor for Zoom Reflector)	2
7	Адаптер Profoto переходное кольцо RFi Speedring	2
8	Photoindustria Набор цветных фильтров Color Pack	1
9	Profoto Рассеиватель для портретной тарелки (Diffusor for Softlight Reflector)	1
10	Радиосинхронизатор Profoto Air remote 901031	1
11	Profoto Держатель для рефлекторов и фильтров (Grid & Filterholder)	3
12	Стойка для освещения Falcon Eyes FEL-3900A/B.0	5
13	Комплект блогера Sony PRO	2
14	Камера Sony ILCE-7K kit	1
15	Объективы Длиннофокусный, широкоугольный для представленных фотоаппаратов	2
16	Хромакей (355*300) в комплекте с утсановкой	1
17	Петличная радиосистема двухканальная Saramonic UwMic9 TX9+TX9+RX9	2
18	Zoom H5 · Цифровой аудио рекордер	1
19	Микрофон Rode VideoMic Rycote	1
20	Стационарный компьютер MSI Infinite X Plus или аналог + Комплект (клавиатура+мышь) LOGITECH VK120	3
21	ПО: Sony vegas pro	7
22	ПО: Adobe® Photoshop	7
23	ПО: Иллюстратор	3
24	Электронный стедикам Zhiyun Crane 3S	1
25	Стабилизатор трехосевой DJI Osmo Mobile 4	1
26	Видеоштатив GreenBean HDV Elite 756	3
27	Чистящий набор для чистки линз, фильтров BURO BU-Photo+Video	1
28	Светодиодный осветитель Raylab RL-0618 Kit кольцевой	1



29	Карты памяти microSDXC UHS-I U3 SAMSUNG EVO PLUS 2 128 Гб, 100 МБ/с, Class 10, MB-MC128GA/RU, 1 шт	10
30	Картридер НАМА Mult	5
31	Аккумуляторы для некамерного света Aputure NP-F970 7200mA	3
32	Зарядник для аккумуляторов	1
33	Внешний жесткий диск 2 Tb SEAGATE Expansion Portable STEA2000400	2
34	iphone11 64гб	1
35	Чехлы для техники, согласно каждой модели	1

## 7. Оценочные материалы

### Бланк групповой промежуточной аттестации.

Педагог:		
Группа:		
Список участников команды:		
Название работы (тема)		
Дата и время защиты:		
<b>Критерий</b>	<b>Описание критерия</b>	<b>Кол-во баллов за критерий</b>
<b>I. Общие критерии оценки проекта</b>		
<b>1. Цель проекта:</b>	- Отсутствует описание цели проекта.	0
	- Обозначенная цель проекта не обоснована (не сформулирована проблема, которая решается в проекте) или не является актуальной в современной ситуации.	1
	- Цель проекта обоснована (сформулирована проблема, которая решается в проекте) и является актуальной в современной ситуации.	2
<b>2. Анализ существующих решений и методов:</b>	- Нет анализа существующих решений.	0
	- Есть неполный анализ существующих решений проблемы и их сравнение.	1
	- Дана сравнительная таблица аналогов с указанием показателей назначения. Выявленные в результате сравнительного анализа преимущества предлагаемого решения не обоснованы, либо отсутствуют	2
	- Есть подробный анализ существующих в практике решений, сравнительная таблица аналогов с указанием преимуществ предлагаемого решения	3
<b>3. Работа с потенциальными потребителями:</b>	- Не определён круг потенциальных заказчиков / потребителей / пользователей	0
	- Круг потенциальных заказчиков / потребителей / пользователей не конкретен.	1
	- Чётко обозначен круг потенциальных заказчиков / потребителей / пользователей.	2
<b>4. Описание достигнутого результата: (развернутое описание функционирования)</b>	- Нет подробного описания достигнутого результата – функции объекта проекта неясны эксперту.	0
	- Дано подробное описание достигнутого результата.	1
<b>5. Предварительные испытания (при необходимости)</b>	- Не проводились	0
	- Испытания проводились, результаты испытаний не анализировались	1
	- Испытания проводились, результаты проанализированы, выявленные недостатки устранены.	2
<b>II. Критерии оценки презентации</b>		

<b>1. Формы представления результата проектной работы</b>	<i>(Доклад, стендовая презентация, 3D-модель, прототип)</i>	
<b>2. Устная защита.</b>	- Текст выступления не структурирован. Выступающий не может последовательно представить проект.	1
	- Текст выступления структурирован. Все мысли выражены ясно, логично, последовательно, аргументировано.	2
	- Текст выступления структурирован. Все мысли выражены ясно, логично, последовательно, аргументировано. Речь выступающего грамотна, отсутствуют необоснованные паузы и слова-паразиты, жестикация и поза соответствуют общепринятым нормам публичных выступлений.	3
<b>3. Владение материалом.</b>	- Низкий уровень осведомлённости в профессиональной области.	1
	- Уровень осведомлённости в профессиональной области, к которой относится проект не достаточен для дискуссии.	2
	- Уровень осведомлённости в профессиональной области, к которой относится проект достаточен для дискуссии.	3

Итоговое количество баллов \_\_\_\_\_

Уровень освоения содержания образовательной программы \_\_\_\_\_

**Порядок перевода баллов в систему уровней**

<b>Баллы</b>	<b>Уровень</b>
Менее 8 баллов	Низкий уровень
От 8 до 13 баллов	Средний уровень
От 14 и выше баллов	Высокий уровень

Педагог \_\_\_\_\_

Члены комиссии \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 8. Список рекомендуемой литературы

1. Fotokomok. Уличная фотография – особенности жанра. URL: <https://fotokomok.ru/ulichnaya-fotografiya-osobennosti-zhanra/> (дата обращения: 09.08.2023)
2. HEIC to JPEG. Лучшие сервисы и программы для создания анимации URL: <https://heic2jpeg.com/ru/blog/luchshie-servisy-i-programmy-dlya-animacii> (дата обращения: 09.08.2023)
3. Movavi Blog. Основные настройки фотокамеры: что нужно знать новичку. URL: <https://www.movavi.io/ru/camera-settings-ru/> (дата обращения: 09.08.2023)
4. SendPulse. Целевая аудитория. URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/target-audience> (дата обращения: 09.08.2023)
5. Tilda.education. Инструкция для недизайнеров: как правильно создать презентацию. URL: <https://tilda.education/articles-how-to-create-presentation> (дата обращения: 09.08.2023)
6. Vc.ru. Как создать свой стикерпак для Телеграм в 4 простых шага. URL: <https://vc.ru/dev/154731-kak-sozdat-svoy-stikerpak-dlya-telegram-v-4-prostyh-shaga> (дата обращения: 09.08.2023)
7. Video-practic. Правила видеосъемки. URL: <https://video-practic.ru/pravila-videosemki/> (дата обращения: 09.08.2023)
8. Волков А. Алгоритм написания сценария URL: [https://avtoram.com/algoritm\\_napisaniya\\_stzenariya/](https://avtoram.com/algoritm_napisaniya_stzenariya/) (дата обращения: 09.08.2023)
9. Гапешин Д. / Skillbox. Что такое инфографика? 5 сервисов для её создания. URL: [https://skillbox.ru/media/design/chto\\_takoe\\_infografika\\_5\\_besplatnykh\\_servisov\\_dlya\\_eye\\_sozdaniya/](https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_infografika_5_besplatnykh_servisov_dlya_eye_sozdaniya/) (дата обращения: 09.08.2023)
10. Кислицын Д. Ф. Интенсив по дизайну. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLaDaLet425NQ0rnkUuEa9s9AxWoMoMgK0> (дата обращения: 09.08.2023)
11. Команда Adobe. Основы работы в Adobe Illustrator. URL: <https://helpx.adobe.com/ru/illustrator/using/drawing-basics.html> (дата обращения: 09.08.2023)
12. Команда Renderforest. Принципы дизайна и как их использовать URL: <https://www.renderforest.com/ru/blog/principles-of-design> (дата обращения: 09.08.2023)
13. Павленко Т.С. Понятие «Контент»: типология, виды и технология получения дидактического контента в образовательном процессе. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kontent-tipologiya-vidy-i-tehnologiya-polucheniya-didakticheskogo-kontenta-v-obrazovatelnom-protssesse> (дата обращения: 09.08.2023)

14. Редакция сайта GeekBrains. Что такое дизайн: понятие, разновидности. URL: <https://gb.ru/blog/что-такое-dizajn/> (дата обращения: 09.08.2023)

15. Саруханов В.А. Албука телевидения. URL: Албука телевидения (doc) ([universalinternetlibrary.ru](http://universalinternetlibrary.ru))\_(дата обращения: 09.08.2023)

16. Фотосклад. 10 правил фотографии. URL: <https://www.fotosklad.ru/expert/photo/article/10-pravil-fotografii.html> (дата обращения: 09.08.2023)

## 9. Приложения

### Кейс «Создание сообщества ВКонтакте или канала в Телеграм».

#### Легенда:

Создание сообщества ВКонтакте или канала в Телеграм является отличным способом для обмена информацией и опытом. Это помогает людям находить ответы на свои вопросы и решать различные задачи. Сообщества и каналы могут стать местом для общения и взаимодействия между людьми. Они также могут помочь в продвижении товаров и услуг.

**Цель кейса (для наставника):** Развитие у обучающихся знаний о создании сообществ и каналов в социальных сетях для различных целей.

**Цель кейса (для детей):** Создание сообщества или канала на актуальную тематику.

#### Задачи:

1. Создание и развитие сообщества ВКонтакте/канала в Телеграм.
2. Привлечение новых участников.
3. Мотивация участников к активному участию в жизни сообщества/канала.
4. Обеспечение регулярного обновления контента.
5. Привлечение внимания к сообществу/каналу и увеличение его аудитории.
6. Установление обратной связи с подписчиками.
7. Анализ результатов работы сообщества и канала, корректировка стратегии развития.

#### Предполагаемые образовательные результаты учащихся:

- Научатся создавать и развивать сообщества в социальных сетях.
- Получат навыки привлечения аудитории и мотивирования участников.
- Узнают принципы работы с мессенджерами и каналами.
- Получат опыт создания и продвижения контента.
- Смогут анализировать результаты работы и корректировать стратегию развития.
- Научатся находить нестандартные решения проблем.
- Научатся планировать и структурировать свою работу над проектом.
- Выработают навыки работы в команде: работа в общем ритме, эффективное распределение задач и др.

**Министерство образования и науки Нижегородской области  
Автономная некоммерческая организация  
дополнительного профессионального образования  
«Центр новых форм развития образования»  
структурное подразделение «Кванториум Бор»**

РАССМОТРЕНА

На педагогическом совете  
АНО ДПО «Центр новых форм развития  
образования»  
протокол № 21 (3.23-24)  
от «12» января 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор  
АНО ДПО «Центр новых форм развития  
образования»  
С.А.Рыбий  
«15» января 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
на 2023-2024 учебный год  
к дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе  
«Работа с социальными сетями»**

**Направленность:** техническая

**Возраст обучающихся:** 11-17 лет

**Длительность модуля:** 72 часа

**Номера групп:** МПУ-24.1-1

**Автор:** Пыркова Юлия Дмитриевна  
педагог дополнительного образования

Бор, 2024

**Группа МПУ-24.1-1***Расписание: вторник-четверг 16:00-17:40*

№	Тема занятия	Количество часов	Дата проведения	
			По плану	По факту
1	Вводное занятие. Актуализация знаний.	2	16.01	
2	Понятия «команда» и «командообразование». Ролевая структура команды.	2	18.01	
3	Профессия SMM-менеджера.	2	23.01	
4	Основы маркетинга для SMM-менеджера.	2	25.01	
5	Аналитика и исследование аудитории.	2	30.01	
6	Анализ конкурентов и выявление трендов.	2	01.02	
7	Генерация идей и их применение.	2	06.02	
8	Генерация идей и их применение.	2	08.02	
9	Копирайтинг.	2	13.02	
10	Копирайтинг.	2	15.02	
11	Работа с брифом.	2	20.02	
12	Работа с брифом.	2	22.02	
13	Навыки презентации и самопрезентации.	2	27.02	
14	Навыки презентации и самопрезентации.	2	29.02	
15	Создание продающей видеопрезентации.	2	05.03	
16	Дизайн для социальных сетей.	2	07.03	
17	Тренды и Креатив.	2	12.03	
18	Сервисы для работы с контентом.	2	14.03	
19	Создание контент-плана.	2	19.03	
20	Работа по контент-плану.	2	21.03	
21	Основы продвижения контента.	2	26.03	
22	Виды стратегий продвижения контента.	2	28.03	
23	Анализ ключевых показателей эффективности.	2	02.04	
24	Планирование контент-стратегии.	2	04.04	
25	Реализация контент-стратегии.	2	09.04	
26	Анализ и профит.	2	11.04	
27	Анализ сообществ/каналов конкурентов.	2	16.04	
28	Создание и настройка сообщества/канала.	2	18.04	
29	Оформление сообщества/канала.	2	23.04	
30	Работа над контентом.	2	25.04	
31	Работа над контентом.	2	30.04	
32	Съёмка промо-роликов.	2	02.05	
33	Съёмка промо-роликов.	2	07.05	
34	Съёмка промо-роликов.	2	14.05	
35	Подготовка к промежуточной аттестации.	2	16.05	
36	Промежуточная аттестация. Рефлексия.	2	21.05	