

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ
Государственное бюджетное образовательное учреждение города Москвы
дополнительного профессионального образования
(повышения квалификации) специалистов
Городской методический центр
Департамента образования и науки города Москвы



Дополнительная профессиональная программа
(повышения квалификации)

Технологии медиапроизводства. Модуль 2
(название программы)

(с инвариантным модулем «Ценности московского образования»)

Направление: проект ДОНМ
«Медиакласс в московской
школе»

Авторы-составители:

Ю.А. Черненко,
к.фил.н, старший преподаватель департамента медиа,
эксперт лаборатории медиакоммуникаций в образовании
НИУ ВШЭ

Д.И. Сапрыкина,
приглашенный преподаватель департамента медиа,
заместитель заведующего лабораторией
медиакоммуникаций в образовании
НИУ ВШЭ

Москва - 2022

Раздел 1. «Характеристика программы»

1.1. Цель реализации программы модуля 2

Целью реализации программы является совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области технологий медиапроизводства.

1.2. Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование
		Квалификация «Бакалавриат»
		Код компетенции
1.	Способен организовывать совместную и индивидуальную учебную и воспитательную деятельность обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов	ОПК –3
2.	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-9

1.3. Планируемые результаты обучения

№	Уметь – знать	Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование
		Квалификация «Бакалавриат»
		Код компетенции
1.	<p>Уметь: разрабатывать медиаконтент с использованием инструментов визуализации данных.</p> <p>Знать: - понятия «мультимедийные технологии», «большие данные», «цифровой контент», «нейросети»,</p>	ОПК– 9

	<p>«искусственный интеллект», «визуализация данных»;</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты визуализации данных; - ключевые характеристики нейросетей и искусственного интеллекта; - особенности применения нейросетей и искусственного интеллекта в журналистике; - стратегию определения основных типов мультимедийных технологий; - алгоритмы разработки медиаконтента с использованием инструментов визуализации данных 	
2.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать дизайн исследования аудитории медиа (тема, гипотеза, цель, методы). <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности исследования аудитории медиа; - стратегию подбора методов исследования аудитории медиа под поставленную исследовательскую задачу; - алгоритм составления плана проведения исследований аудитории медиапроектов; - алгоритм разработки дизайна исследования аудитории медиа (тема, гипотеза, цель, методы) 	ОПК– 9
3.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать интерактивные учебные занятия, ориентированные на организацию деятельности учащихся по освоению специфики технологий и технологических процессов медиапроизводства в рамках реализации проекта ДОНМ «Медиакласс в московской школе» <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегию разработки интерактивных учебных занятий, ориентированных на организацию деятельности учащихся по освоению специфики технологий и технологических процессов медиапроизводства в рамках реализации проекта ДОНМ «Медиакласс в московской школе» 	ОПК-3

1.4. Категория слушателей: уровень образования – высшее образование; область профессиональной деятельности – обучение школьников в рамках проекта ДОНМ «Медиакласс в московской школе», дополнительное образование детей.

1.5. Форма обучения: очная с применением электронного обучения и ДОТ.

1.6. Режим занятий: 2–3 раза в неделю не менее 2 академических часов в день. Длительность курса не менее 2 недель.

1.7. Трудоемкость программы: 36 академических часов (в том числе 25

аудиторных часов).

Раздел 2. «Содержание программы»

2. 1. Учебный (тематический) план:

№ п/п	Наименование разделов (модулей), тем	Трудоемкость в часах	Объем аудиторных часов			Самостоятельная работа	Форма контроля
			Всего часов	Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1.1	Основные технологические процессы современного медиапроизводства	2	2	2			
1.2	Социальные сети как платформа новых медиа	3	3	2	1		
1.3	Компьютерные технологии	6	3	2	1	3	Проект №1
1.4	Производство книжной и журнальной продукции	3	3	2	1		
1.5	Реклама. Особенности размещения. Принципы распространения	3	3	2	1		
1.6	Понятие аудитории СМИ. Формирование «своей» (лояльной) аудитории	3	3	2	1		
1.7	Исследования аудитории медиа. Как измерять и как настраивать медиа по результатам исследования	6	4	2	2	2	Проект №2
1.8	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	6	3	2	1	3	Тест № 1
1.9	Особенности обучения в рамках	4	1	1		3	Проект №3

	проекта «Медиакласс в московской школе»						
	Итоговая аттестация						Зачет на основании совокупности результатов выполненных проектов №1 –3 и тестирования
	ИТОГО:	36	25	17	8	11	Зачет

2.2. Учебная программа

№ п/п	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание
Тема 1.1 Основные технологические процессы современного медиапроизводства	Лекция (2 часа)	Основные этапы истории развития медиапроцессов, основные технологии, повлиявшие на развитие человечества и сферу медиа. Основные инструменты и технологические процессы современного медиапроизводства
Тема 1.2 Социальные сети как платформа новых медиа	Лекция (2 часа)	Основные виды социальных сетей и виды размещаемого на них контента. Основные понятия в сфере социальных медиа. Стратегия адаптации контента под специфику различных социальных медиа
	Практическое занятие (1 час)	Работа в малых группах Тренинг № 1. 1. Определение основных особенностей различных социальных медиа и публикуемого в них контента. 2. Презентация результатов работы
Тема 1.3 Компьютерные технологии	Лекция (2 часа)	Основные типы мультимедийных технологий. Специфика работы журналиста с большими данными и обработкой данных. Ключевые характеристики нейросетей и искусственного интеллекта. Применение нейросетей и искусственного интеллекта в журналистике. Инструменты визуализации данных. Стратегия определения основных типов мультимедийных технологий. Алгоритм разработки медиаконтента с использованием инструментов визуализации

		данных
	Практическое занятие (1 час)	Работа в малых группах Тренинг № 2. 1. Разработка медиаконтента с использованием инструментов визуализации данных 2. Презентация результатов работы
	Самостоятельная работа (3 часа)	Систематизация лекционного материала. Проект №1 1. Разработка медиаконтента с использованием инструментов визуализации данных. 3. Презентация результатов работы
Тема 1.4 Производство книжной и журнальной продукции	Лекция (2 часа)	Основные технологические процессы производства печатной продукции. Зины, самиздат, печать по требованию, электронные книги. Платформы для чтения электронных книг. Стратегия разработки концепции печатного издания на базе школьной редакции
	Практическое занятие (1 час)	Работа в малых группах Тренинг № 3. 1. Разработка концепции печатного издания на базе школьной редакции. 2. Презентация результатов работы
Тема 1.5 Реклама. Особенности размещения. Принципы распространения	Лекция (2 часа)	Форматы рекламы. Особенности производства нативной рекламы, брендированного контента и рекламных интеграций. Процессы размещения рекламы на различных медиаплатформах. Стратегия разработки рекламных сообщений с учетом специфики платформы
	Практическое занятие (1 час)	Работа в малых группах Тренинг № 4. 1. Разработка рекламного сообщения с учетом специфики платформы. 2. Презентация результатов работы
Тема 1.6 Понятие аудитории СМИ. Формирование «своей» (лояльной) аудитории	Лекция (2 часа)	Понятие аудитории СМИ. Целевая аудитория. Лояльная аудитория. Ядро аудитории. Стратегия разработки планов по привлечению и удержанию лояльной аудитории выбранного медиапроекта
	Практическое занятие (1 час)	Работа в малых группах Тренинг № 5. 1. Разработка плана по привлечению и удержанию лояльной аудитории выбранного

		<p>медиапроекта.</p> <p>2. Презентация результатов работы</p>
<p>Тема 1.7 Исследования аудитории медиа. Как измерять и как настраивать медиа по результатам исследования</p>	<p>Лекция (2 часа)</p>	<p>Методы и особенности исследования аудитории медиа: анкетирование, интервью. Количественные и качественные исследования, кабинетные и полевые исследования. Инструменты сбора данных об аудитории СМИ и медиаресурсов. Веб-аналитика.</p> <p>Стратегия подбора методов исследования аудитории медиа под поставленную исследовательскую задачу.</p> <p>Этапы проведения исследований аудитории медиа</p> <p>Алгоритм составления плана проведения исследований аудитории медиапроектов на выбор.</p> <p>Алгоритм разработки дизайна исследования аудитории медиа (тема, гипотеза, цель, методы)</p>
	<p>Практическое занятие (2 часа)</p>	<p>Работа в малых группах Тренинг № 6.</p> <p>1. Подбор методов исследования аудитории медиа под поставленную исследовательскую задачу.</p> <p>2. Составление плана проведения исследований аудитории медиапроектов на выбор.</p> <p>3. Разработка дизайна исследования аудитории медиа (тема, гипотеза, цель, методы).</p> <p>4. Презентация результатов работы</p>
	<p>Самостоятельная работа (2 часа)</p>	<p>Систематизация лекционного материала.</p> <p>Проект № 2.</p> <p>1. Разработка дизайна исследования аудитории медиа (тема, гипотеза, цель, методы).</p> <p>2. Презентация результатов работы</p>
<p>Тема 1.8 Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ</p>	<p>Лекция (2 часа)</p>	<p>Задачи специалистов по связям с общественностью. Роль пресс-службы в работе компании, организации, органа государственной власти. Продвижение контента как задача медиакомпаний. Инструменты продвижения в цифровой среде.</p> <p>Стратегия продвижения контента на страницах школы в социальных сетях</p>
	<p>Практическое занятие (1 час)</p>	<p>Работа в малых группах Тренинг № 7.</p> <p>1. Разработка стратегии продвижения контента на страницах школы в социальных сетях.</p> <p>2. Презентация результатов работы</p>

	Самостоятельная работа (3 часа)	Систематизация содержания тем 1.1–1.8. подготовка к тестированию Тест № 1. По материалам Темы 1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 1.6., 1.7, 1.8
Тема 1.9 Особенности обучения в рамках проекта «Медиакласс в московской школе»	Лекция (1 час)	Особенности обучения и стратегия разработки интерактивных учебных занятий, ориентированных на организацию деятельности учащихся по освоению специфики технологий и технологических процессов медиапроизводства в рамках реализации проекта ДОНМ «Медиакласс в московской школе»
	Самостоятельная работа (3 часа)	Систематизация лекционного материала. Проект № 3. 1. Разработка интерактивного учебного занятия ориентированного на организацию деятельности учащихся по освоению специфики технологий и технологических процессов медиапроизводства в рамках реализации проекта ДОНМ «Медиакласс в московской школе». (тема по выбору обучающихся) 2. Размещение интерактивного учебного занятия в библиотеке МЭШ. 3. Презентация интерактивного учебного занятия
Итоговая аттестация	Зачет	Зачет на основании совокупности результатов выполненных проектов №1–3 и тестирования

Раздел 3. Формы аттестации и оценочные материалы

3.1. Текущий контроль.

3.1.1. Текущий контроль осуществляется посредством выполнения проектов:

№ темы, раздела	Наименование разделов и тем	Форма контроля
1.3	Компьютерные технологии	Проект № 1: 1. Разработка медиаконтента с использованием инструментов визуализации данных. 2. Презентация результатов работы. Требования к работе: работа осуществляется на основании

		<p>алгоритма разработки медиаконтента с использованием инструментов визуализации данных.</p> <p>Критерии оценивания: все шаги алгоритма выполнены правильно, в полном объеме, работа соответствует требованиям, предъявляемым к визуальному медиаконтенту. Для работы были использованы инструменты визуализации данных. Данные для визуализации выбраны корректно.</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
1.7	Исследования аудитории медиа. Как измерять и как настраивать медиа по результатам исследования	<p>Проект № 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка дизайна исследования аудитории медиа (тема, гипотеза, цель, методы). 2. Презентация результатов работы. <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании алгоритма разработки дизайна исследования аудитории медиа. В работе отражены тема, гипотеза, цель и методы исследования. Выбранные методы исследования соответствуют выбранной теме и гипотезе.</p> <p>Критерии оценивания: все требования к работе выполнены в полном объеме.</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
1.8	Темы 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8	<p>Тест № 1</p> <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании материалов лекций.</p> <p>Критерии оценивания: выбраны правильные варианты ответов на вопросы теста на основании материалов лекций (не менее 60% правильных ответов).</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
1.9	Особенности обучения в рамках проекта «Медиакласс в московской школе»	<p>Проект № 3.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка интерактивного учебного занятия ориентированного на организацию деятельности учащихся по освоению специфики технологий и технологических процессов медиапроизводства в рамках реализации проекта ДОНМ «Медиакласс в московской школе». (тема по выбору обучающихся) 2. Размещение интерактивного учебного занятия в библиотеке МЭШ. 3. Презентация интерактивного учебного занятия <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании стратегии разработки интерактивных учебных занятий, ориентированных на организацию деятельности учащихся по освоению специфики технологий и технологических процессов медиапроизводства в рамках реализации проекта ДОНМ «Медиакласс в московской школе».</p> <p>Критерии оценивания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Все этапы стратегии разработки интерактивных учебных занятий по теме «Медиакоммуникации в социальных сетях»

		<p>выполнены правильно и в полном объеме.</p> <p>2. Содержание учебного занятия соответствует возрастным и психологическим особенностям учащихся.</p> <p>3.Содержание и процесс учебного занятия, ориентированы на достижение запланированных результатов за счет активной познавательной работы учащихся.</p> <p>4.Совместная деятельность обучающихся организована с учетом специфики содержания выбранной темы.</p> <p>5.Запланирована система осуществления постоянной обратной связи относительно успешности учения обучающихся.</p> <p>6.Запланирована рефлексия и саморефлексия относительно этапов деятельности по достижению содержательно-критериально заданных результатов.</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
--	--	--

Пример вопросов для теста:

1. Какой вид рекламы эффективнее всего подойдет для продвижения бренда?

а) контекстная реклама

б) медийная реклама

в) таргетинговая реклама

г) все варианты

2. Какой вариант исследования будет оптимальным для составления портрета аудитории медиа:

а) количественное исследование - нам нужно собрать информацию о большом числе пользователей для портрета

б) качественное исследование - нам нужно поговорить с пользователями и узнать особенности их восприятия медиа

в) количественное и качественное исследование - сочетание методов даст наиболее точный результат

г) для составления портрета аудитории медиа социологические методы не нужны

3. Глубинное понимание того, что нужно человеку, даже если сам он об этом не говорит и даже не догадывается — это

- а) боль
- б) инсайт**
- в) проблема
- г) нужда

4. Какими методами вы будете исследовать аудиторию своего медиаресурса, если хотите понимать основные социально-демографические характеристики (пол, возраст, место проживания пользователей)? Выберите все подходящие варианты.

- а) счетчики на сайте**
- б) глубинные интервью
- в) анкетный опрос на сайте**
- г) контент-анализ
- д) фокус-группа

Критерии оценивания: даны правильные ответы более чем на 60% вопросов.

Оценивание: зачет/незачет.

4.2. Форма итоговой аттестации: зачет на основании совокупности результатов выполненных проектов № 1–3 и тестирования.

Оценивание: зачет/незачет

Раздел 4. Организационно-педагогические условия реализации программы

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Список основной литературы

1. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / Под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — (Учебники Высшей школы экономики). — 413, [3] с.
2. Новикова А. А., Кирия И. В. История и теория медиа. 2-е изд. — М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2020. — 423, [1] с.
3. Словарь языка интернета. RU [Текст] / [М. А. Кронгауз и др.]; под ред. М. А. Кронгауза; «Словари XXI века», программа. — М.: АСТ-ПРЕСС: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2018. — 288 с.
4. Мир современных медиа / Черных А. — М.: ИД «Тер. Будущего», 2007. — 312 с.

Список дополнительной литературы

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
2. Кушнир Д.Ю. Анализ мультимедийных технологий и их влияние на массовое сознание аудитории // Социально-гуманитарные знания. 2018. №4. 233–238 с.
3. Еникеева Л.А., Стельмашонок Е.В., Порохов Э.А. Анализ состояния и развития типологии современной аудитории российского телевидения // Петербургский экономический журнал. 2020. №2. 92–97 с.

4.2. Материально-технические условия реализации программы

1. Компьютерное и мультимедийное оборудование для использования видео и аудиовизуальных средств обучения с подключением к сети Интернет
2. Наличие Microsoft Office, версии не ниже 2003 (Word, Excel, PowerPoint).
3. Персональный мобильный телефон.

«Ценности московского образования»

Инвариантный модуль в программах повышения квалификации центральных городских учреждений

Раздел 1. «Характеристика программы»

1.1. Цель реализации модуля 1: совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области ценностей московского образования.

Совершенствуемые/новые компетенции

№	Компетенции	Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование (бакалавриат)
		Код компетенции
1.	Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики	ОПК-1

1.2. Планируемые результаты обучения

№	Знать - уметь	Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование
		Код компетенции
1.	Знать: 1. Основные документы, задачи и механизмы, определяющие ценности и цели московского образования 2. Управленческие инструменты как средства достижения целей московского образования 3. Стратегию ориентации в основных документах,	ОПК-1

	задачах, механизмах, инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования Уметь: Ориентироваться в основных документах, задачах, механизмах, инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования	
--	--	--

1.3. Категория обучающихся:

уровень образования – высшее образование,

область профессиональной деятельности – основное общее, среднее общее образование.

1.4. Модуль реализуется с применением дистанционных образовательных технологий.

1.5. Трудоемкость обучения: 2 часа.

Раздел 2. «Содержание программы»

2.1. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Внеаудиторные учебные занятия		Форма контроля	Трудоемкость
		Видео лекции/лекции презентации	Практические занятия		
1.1	Основные документы, задачи и механизмы, определяющие ценности и цели московского образования	0,5	0,5	Тест №1.1	1
1.2	Управленческие инструменты как средства достижения целей московского образования	0,5	0,5	Тест №1.2	1

2.2. Учебная программа

Темы	Виды учебных занятий/работ	Содержание
Тема 1.1 Основные документы, задачи и механизмы, определяющие ценности и цели московского образования	Видео лекции/лекции презентации, 0,5 часа	Государственная программа города Москвы «Развитие образования города («Столичное образование»)). Приоритетные задачи московской системы образования. Основные механизмы повышения эффективности системы образования Москвы (Рейтинг вклада школ в качественное образование, «Надежная школа», аттестационная справка директора и др.). Городские проекты. Результаты системы образования города Москвы. Стратегия ориентации в основных документах, задачах, механизмах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования
	Практическая работа, 0,5 часа	Систематизация содержания лекции на основании стратегии ориентации в основных документах, задачах, механизмах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования Тест №1.1
Тема 1.2. Управленческие инструменты как средства достижения целей московского образования	Видео лекции/лекции презентации, 0,5 часа	Содержание управленческой компетентности сотрудников образовательных организаций города Москвы (управленческие функции и инструменты для их реализации; управленческое решение; техники и приемы командной работы; способы предвидения и предотвращения конфликтных ситуаций). Социальные коммуникации как фактор эффективного взаимодействия всех участников образовательных отношений (принципы, способы передачи информации в ОО; построение грамотного взаимодействия участников образовательных отношений) Стратегия ориентации в основных инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования
	Практическая работа, 0,5 часа	Систематизация содержания лекции на основании стратегии ориентации в основных инструментах, направленных на реализацию ценностей и целей московского образования Тест №1.2

Раздел 3. «Формы аттестации и оценочные материалы»

В качестве контроля выступает промежуточная аттестация в форме тестирования.

«Зачет» выставляется при условии выполнения не менее 60% верных ответов.

Тест №1.1

Пример вопросов тестирования:

1. Цель реализации Государственной программы города Москвы «Столичное образование»:

А. Создание средствами образования условий для формирования личной успешности жителей города Москвы

Б. Максимальное удовлетворение запросов жителей города Москвы на образовательные услуги

В. Развитие государственно-общественного управления в системе образования

Г. Обеспечение соответствия качества общего образования изменяющимся запросам общества и высоким мировым стандартам

2. Основной целью существования рейтинга школ является:

А. Поиск школ-лидеров для предоставления им повышенного финансирования, с помощью которого они смогут создать и развить свою уникальную атмосферу для предоставления качественного образования и массового развития таланта

Б. Мотивация каждой школы на работу в интересах каждого ребенка, семьи, города

В. Осуществление статистического мониторинга состояния образования

Тест №1.2**Пример вопросов тестирования:**

1. Выберите ключевые составляющие личной эффективности?

А. результативное достижение личных целей

Б. способность человека с меньшими затратами ресурсов (труда, времени) достигать большего результата

В. физическое здоровье

Г. знания и опыт

2. Что является оценкой эффективности исполнения управленческого решения?

А. Степень достижения цели

Б. Состав источников финансовых ресурсов

В. Количество исполнителей решения

Г. Количество альтернатив

Раздел 4. «Организационно-педагогические условия реализации программы»

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Интернет-ресурсы:

Школа Большого города [Электронный ресурс] (URL: <https://school.moscow/>. Дата обращения 27.05.2021)

Основная литература:

Электронное учебное пособие «Новые инструменты управления школой», разработанное на основе материалов селекторных совещаний Департамента образования и науки города Москвы по актуальным направлениям развития системы образования. [Электронный ресурс] URL:

https://www.dpomos.ru/selector/?_ga=2.161027130.643081009.15167092342119693994.1506337590 Дата обращения 27.05.2021)

4.2. Материально-технические условия реализации модуля.

Для реализации модуля необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

-мультимедийное оборудование (компьютер с выходом в интернет)

Ссылка для доступа к модулю:

<https://sdo.corp-univer.ru/login/index.php>