

Мэрия города Новосибирска. Департамент образования мэрии города  
Новосибирска

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ

«ДОМ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА им. А. И. ЕФРЕМОВА»



**Образовательный трек по направлению**  
**«Лаборатория развития медийной компетенции «Личный бренд» и**  
**«Медиахолдинг».**

Чернова А.А.  
педагог дополнительного образования

Новосибирск 2021

## **Ведущая идея.**

Образовательный трек реализуется по двум направлениям «Личный бренд» и «Медиахолдинг». Выбор этих двух направлений обусловлен современными трендами во взаимодействии с цифровыми медиа. Участники по желанию выбирают направление трека.

«Личный бренд» реализуется через создание собственного имиджа, образа в сетях или так называемого «цифрового двойника» в простом понимании термина - неперенного атрибута любой медийной личности. Тренд говорит о том, что современному человеку необходимо обладать навыками, позволяющими создать и поддерживать личный бренд. В этом направлении ребята могут освоить основы работы с промо, стилем, внешними данными человека, внутренними качествами личности, значением различной публичной информации.

Направление «Медиахолдинг» обусловлено стремлением к усложнению работы различных мировых медиаредакций и универсализации навыков людей, работающих в сфере медиа. Создание единого информационного пространства, сочетающего различные формы подачи информации позволят не только предоставить зрителю более разностороннюю и интересную информацию, но и создать прочный аналитический материал. Подобные сложные материалы станут отличительной чертой профессиональной журналистики в ближайшем будущем.

### **1.Актуальность образовательного трека.**

Актуальность трека заключается в том, что сегодня понятие «бренд» применяется не только к товару, но и к человеку. Известно, что «в современном профессиональном мире специалист должен постоянно продвигать себя, дабы оставаться востребованным». Персональный (личный) бренд представляет собой сложившийся «образ, который возникает в голове у людей, когда речь идет о персоне или употребляется его имя в коммуникациях». В современном обществе персональный бренд стал играть

значимую роль и интерес к нему значительно вырос. Ведь «персональный бренд – это основа профессиональной стабильности в мире быстрых перемен», это «практический инструмент, позволяющий вести планомерную работу в профессиональном и личностном плане».

Говоря об актуальности медиахолдинга можно сказать, что за ним будущее. Современные средства массовой информации, как и любые другие компании, являются субъектом рыночных отношений. И, соответственно, специалисты данного направления будут просто необходимы в будущем. Медиахолдинг в России только набирает свой рост активно влияя на рыночные отношения и экономику в целом.

Два данных направления трека формируют у обучающихся образ профессионалов настоящего и будущего, а также мотивацию к дальнейшему развитию в данных актуальных направлениях.

Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» и федеральный проект «Кадры для цифровой экономики» ставят следующие задачи:

- совершенствование системы образования, которая должна обеспечивать цифровую экономику компетентными кадрами;
- трансформация рынка труда, который должен опираться на требования цифровой экономики;
- создание системы мотивации по освоению необходимых компетенций и участию кадров в развитии цифровой экономики России.

Данный образовательный трек еще актуален тем, что он будет реализован непосредственно с практикующими профессионалами.

## **2.Цель и задачи трека**

Цель образовательного трека – формирование у обучающихся ключевых и личностных компетенций в процессе разработки личного бренда и погружения в профессиональные условия современного медиахолдинга.

### **Задачи:**

- ознакомить участников с понятием «логнгрид» и «инфографика»;
- сформировать умения в разработке и презентации личного бренда.

- развивать навыки активной самостоятельной деятельности;
- формировать коммуникативные способности, командную идентичность;
- развивать у участников системное, креативное и дивергентное мышления;
- развивать умение планировать и прогнозировать свою работу, рационально ее выполнять;
- развивать умение сравнивать и систематизировать информацию формировать целеустремленность и потребность в самоопределении.

### **3. Основная компетентностная идея**

Получить компетенции в процессе работы в двух направлениях, а именно:

- создать тематический лонгрид, в котором будут соединены самые актуальные формы: текст, фото, видео, инфографика. Эта форма выбрана для того, чтобы участники Кампуса могли за достаточно короткие сроки узнать базовые направления работы медиа, получить профориентацию в разных областях сферы и более осознанно отнестись к выбору будущей профессии.

### **4. Подача информации**

- Акцент на создание эвристических ситуации – нестандартных творческих ситуаций, обеспечивающих процесс создание нового образовательного продукта.
- Наглядность - сопровождение информации реальными примерами.

### **5. Формы реализации образовательного трека**

Лекции для всех (основы теории по созданию информационного стиля текста, съемке и монтажу), практические мастер-классы (в зависимости от выбранной роли); практикумы направленные на разработку и создание лонгрид; форсайт-игры, командные и индивидуальные проекты (на выбор)

Для удобства работы каждое направление делится на команды по 5 человек.

Роли в команде: ведущий, оператор, монтажер, режиссер, журналист

### **6. Ожидаемые результаты реализации образовательного трека**

Хард компетенции участников по итогам освоения программы трека:

- будут знать процесс создания личного бренда и лонгрид;

- будут уметь осуществлять фото и видеосъемку, обрабатывать информацию, создавать различные медиа;
- будут иметь базовые компетенции работы в программах:
  - видеоредактор и фоторедактор (Movavi).
  - Word, Paint и PowerPoint.
  - Tilda.CC и Prezi.

Софт – компетенции:

- сформируют понимание «командной идентичности» и смогут применять ее вне проекта;
- сформируют умение работы с большим объемом информации;
- сформируют умение презентации и обоснования собственных идей;
- сформируют умение прогнозировать и направлять собственное профессиональное развитие с позиции картины будущего

### **7.Способы диагностирования результативности обучения**

*Основным способом уровня освоения образовательного трека будет включенное наблюдение, поэтапное фиксирование достижений участников на рейтинг-чеке.*

*Основной формой подведения итогов реализации образовательного трека является представление командных медиапродуктов.*

*Требования к итоговому проекту будет разрабатываться совместно с участниками (команды осознанно должны отобрать и установить определенные критерии к отбору лучших идей и проектов с точки зрения потенциальной потребности и реальности в будущем)*

*Результатом обучения (продуктом) должен быть выполненный и презентованный проект*

Результативность будет определена на презентации проекта: всей группой будет определено соответствует ли итог поставленной задаче.

### **8.Механизм реализации образовательного трека**

Расписание:	Команда “Личный бренд”	Команда “Медиахолдинг”
-------------	------------------------	------------------------

Раздел 1		
Общая лекция : Съемка видео. Лайфхаки и правила.		
Мастер-класс	Информационный стиль текста (журналист, ведущий, режиссер)	
	Теория монтажа. Основные правила (оператор, монтажер)	
Общая практика: Создание командами короткого ролика на заявленную тему		
Раздел 2		
Общая лекция: Лонгрид. Правила создания. Сценарий.		
Мастер-класс	Человек в кадре. Речь. Вид. Жесты (журналист, ведущий, режиссер)	
	Теория съемки фото. Обработка фотографии (оператор, монтажер)	
Общая практика: Создание командами портфолио для ведущего		
Раздел 3		
Общая лекция: Инфографика. Виды и применение.		
Мастер-класс	Создание сценария лонгрида (журналист, ведущий, режиссер)	
	Звук (оператор, монтажер)	
Общая практика: Создание командами аудиоролика на заявленную тему		
Раздел 4		
Мастер-класс	Основы имиджевой рекламы: реклама, промо, PR (журналист, ведущий, режиссер)	Основы создания новости: репортаж, новость, спецреп (журналист, ведущий, режиссер)
	Теория съемки и монтажа рекламы (оператор, монтажер)	Теория съемки и монтажа новости (оператор, монтажер)

Общая практика: Создание командами проморолика и видеосюжета на заявленную тему

Раздел 5

Мастер-класс

Разбор основных ошибок и слабых мест. Теория (журналист, ведущий, режиссер)

Разбор основных ошибок и слабых мест. Теория (оператор, монтажер)

Общий мастер-класс

Выполнение индивидуальных заданий на устранение основных ошибок

Раздел 6

Практическое занятие

Создание сценария к лонгриду “Мой бренд”

Создание сценария к лонгриду “СменаNews”

Практическое занятие

Записи интервью для лонгрида

Записи интервью для лонгрида

Раздел 7

Практическое занятие

Создание инфографики (обсуждение, поиск данных, аналитика, отрисовка)

Создание инфографики (обсуждение, поиск данных, аналитика, отрисовка)

Практическое занятие

Создание фотогалереи (идея, постановочные фотографии, постобработка)

Создание фотогалереи (идея, постановочные фотографии, постобработка)

Раздел 8

Практическое занятие

Планирование видеосюжета, подготовка к съемкам

Планирование видеосюжета, подготовка к съемкам

Практическое занятие

Съемка видео для лонгрида

Съемка видео для лонгрида

Практическое занятие

Создание текста лонгрида (журналист, ведущий, режиссер)

Создание текста лонгрида (журналист, ведущий, режиссер)

	Монтаж видео для лонгрида	Монтаж видео для лонгрида
Раздел 9		
Практическое занятие	Сбор лонгридов	Сбор лонгридов
Практическое занятие	Досъемка необходимого материала. Завершение постобработки.	Досъемка необходимого материала. Завершение постобработки.
Раздел 10		
Общая практика: Общий просмотр первой работы, обсуждение.		
Общая практика: Общий просмотр второй работы, обсуждение. Награждение лучших проектов		

## **9. Материально-техническое оснащение.**

МТО: 1 смартфон, 1 профессиональная камера, 1 фотокамера, 1 микрофон-петличка, 1 переходной шнур с компьютера на телефон, 1 ноутбук с установленным фото и видеоредактором, канцелярия.

Комплектация ПО: видеоредактор и фоторедактор (Movavi).

Без доступа в интернет: Word, Paint и PowerPoint. С доступом в интернет регистрация на сайте Tilda.CC и Prezi.

## **10. Образовательные технологии, используемые при реализации трека**

Главную роль в реализации образовательного трека играют:

-метод мозгового штурма (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) - это такой процесс решения возникшей проблемы, когда участники обсуждения предлагают как можно больше самых разных вариантов решения, из которых потом выбираются наиболее удачные.

-проблемное обучение - способ организации деятельности участников, который основан на получении информации путем решения теоретических и практических проблем в создающихся в силу этого проблемных ситуациях.

Также используются следующие технологии:

- Геймификация — использование игровых подходов, что позволяет повысить вовлечённость участников в решение прикладных задач.
- Проектный метод обучения – это метод, направленный на развитие творческих и познавательный процессов, критического мышления, умения самостоятельно получать знания и применять их в практической деятельности, ориентироваться в информационном пространстве.

## **11. Теоретическое и нормативно-правовое обеспечение трека**

- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 4 сентября 2014 г. № 1726-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей»;
- Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»;
- Федеральный проект «Кадры для цифровой экономики»;
- Государственной программы Российской Федерации «Развитие образования»;
- Авторские разработки профессионалов.