

ПРОЕКТ

ПРОГРАММА
Учебного курса
«Технологии медиапроизводства»
10-11 классы
64 часа

1. Планируемые результаты освоения учебного курса

Личностные:

- умение планировать, контролировать и оценивать учебные действия в соответствии с поставленной задачей и условием её реализации;
- умение давать оценку своему труду, понимание причин успеха/неуспеха деятельности;
- умение оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений.

Метапредметные:

- продуктивное сотрудничество (общение, взаимодействие) со сверстниками при решении задач на занятиях;
- умение обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- умение осуществлять информационную, познавательную и практическую деятельность с использованием различных средств коммуникации.

Предметные:

- освоение базовых понятий информационных технологий и медиатехнологий;
- проведение контроля и оценки эффективности мероприятий, проводимых в рамках медиакампаний;
- умение отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

2. Содержание учебного курса

Тема 1. Специфика технологий в медиасфере

Роль технологий в развитии общества и медиасферы. Становление медиасферы. Ключевые понятия: СМК, медиа, СМИ. Специфика технологий в медиасфере. История развития технологий в медиасфере. История развития полиграфического производства. История развития технологий фотографии. История развития технологий звукозаписи. История развития технологий кинопроизводства. История развития технологий радиовещания. Производство печатной продукции. Фотография как искусство и средство распространения новостей. Кинопроизводство. Звукозапись. Радиовещание. Реклама как медиапродукт. Особенности производства рекламы. Сдвоенный рынок медиа.

Тема 2. Основные технологические процессы современного медиапроизводства

Работа современных медиакомпаний: структура медиакомпаний, специфика организации креативного труда. Особенности работы медиарынка и отличительные характеристики от других рынков. Особенности разных медиапродуктов с экономической точки зрения.

Телевизионное вещание. Краткая история развития технологий телевизионного вещания и их современное состояние. Способы распространения телевизионных программ. Аналоговое и цифровое телевизионное вещание. Проблемы перехода на цифровое телевизионное вещание.

Видеозапись. Краткая история развития технологий видеозаписи, их современное состояние и перспективы развития видеозаписи. Современные форматы видео-контента: видео-блогинг, видео-подкасты, стримы.

Компьютерные технологии. Краткая история развития компьютерных технологий и их современное состояние. Мультимедиа-технологии. Специфика работы журналиста с большими данными и обработкой данных.

Интернет-технологии. Краткая история развития интернет-технологий и их современное состояние. Производство цифрового контента. Продвижение контента в интернет-среде. Интернет-технологии для игровой индустрии: онлайн и мобильные игры.

Мобильная связь как технологическая платформа электронных СМИ. Краткая история развития технологий мобильной связи и их современное состояние.

Основные технологические процессы производства книжной продукции. Зины, самиздат, печать по требованию, электронные книги. Платформы для чтения электронных книг. Основные технологические процессы производства газетной и журнальной продукции.

Основные технологические процессы производства радиопрограмм. Основные технологические процессы эфирного программирования на радио, хранения записи радиопередач и их выпуска в эфир. Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм. Цифровизация радио. Подкаст. Стрим.

Основные технологические процессы производства телевизионных программ. Основные технологические процессы эфирного программирования на телевидении, хранения видеоархивов и их использования в редакционной деятельности. Основные технологические операции дистрибуции телепрограмм.

Основные технологические процессы производства интернет-сайтов. Продвижение интернет-сайтов. Социальные сети как расширения интернет-сайтов.

Основные технологические процессы производства и размещения рекламы на разных платформах: телевидение, пресса, радио, интернет. Скрытая реклама. Нативная реклама.

Понятие аудитории. Целевая аудитория. «Портрет пользователя». Методы исследования аудитории медиа: опросы, интервью, статистические показатели. Автоматизированные и опросные исследования. Инструменты получения информации об аудитории СМИ и медиаресурсов. Медиакит. Веб-аналитика.

Роль службы связей с общественностью. Роль пресс-службы в работе компании, организации, органа государственной власти. Продвижение контента как задача медиакомпаний. Инструменты продвижения в цифровой среде.

3. Тематическое планирование

№	Темы	Количество часов
I. Специфика технологий в медиасфере		
1.	Вводное занятие (роль технологий в развитии медиасферы и обществе)	2
2.	История развития технологий в медиасфере. Их современное состояние	3
3.	Производство печатной продукции. От первых печатных станков к электронным газетам	3
4.	Производство фотопродукции. Основные требования	3
5.	Производство видеопродукции. Основные требования	2
6.	Звукозапись. Специфика подкастов. Радиовещание	2
7.	Реклама, как особый вид медиапродукции. Особенности производства	3
II. Основные технологические процессы современного медиапроизводства		
	Специфика работы современных медиакомпаний	4
8.	Телевизионное вещание. Технологические процессы производства телевизионных программ. Специфика телеканалов. Технологии вещания	4
9.	Технологические процессы производства радиопрограмм. Вещание в интернете. Стрим	4
10.	Интернет-технологии. Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	5

11.	Компьютерные технологии	5
12.	Производство книжной и журнальной продукции	4
13.	Реклама. Особенности размещения. Принципы распространения. Типы рекламы	5
14.	Понятие аудитории СМИ. Формирование «своей» (лояльной) аудитории	5
15.	Исследования аудитории медиа. Как измерять и как настраивать медиа по результатам исследования	5
16.	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	5
	Итого	64

4. Формы проведения занятий: лекция, семинар, практикум, практическая работа.