

ПРОГРАММА
Учебного курса
«Технологии медиапроизводства»
10-11 класс
68 часов

Программа разработана совместно с проектно-учебной лабораторией
медиакоммуникаций в образовании факультета креативных индустрий НИУ
«Высшая школа экономики»

г. Москва

2023

1. Планируемые результаты освоения учебного курса

1. Личностные:

- формирование осознанного подхода к выбору будущей профессии в сфере медиа;
- готовность и способность к образованию и самообразованию; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- готовность к самовыражению, стремление проявлять качества творческой личности;
- готовность к активной деятельности технологической и социальной направленности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность.

2. Метапредметные:

- владеть навыками получения информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;
- создавать тексты в различных форматах с учетом назначения информации и целевой аудитории, выбирая оптимальную форму представления и визуализации;
- осуществлять целенаправленный поиск переноса средств и способов действия в профессиональную среду;
- уметь интегрировать знания из разных предметных областей;
- использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности.

3. Предметные:

- знать базовые понятия информационных технологий и медиатехнологий;
- знать типологию медиаконтента, краткую историю развития и особенности современного состояния СМИ;
- уметь использовать приемы информационно-смысловой переработки и создания текстов, включая гипертекст, графику, инфографику, аудио- и видеозаписи;
- уметь создавать медиаконтент с использованием изученных медиатехнологий (видеоблог, подкаст, стрим, интернет-страница, пресс-релиз, рекламный медиапродукт);
- знать методы исследования аудитории медиа;
- знать критерии эффективности медиакампании;
- уметь осуществлять контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках медиакампаний.

2. Содержание учебного курса

Модуль 1. Специфика технологий в медиасфере

(23 часа)

Роль технологий в развитии общества и медиасферы. Становление медиасферы. Ключевые понятия: СМК, медиа, СМИ. Специфика технологий в медиасфере. История развития технологий в медиасфере.

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.

Реклама как медиапродукт, виды рекламы. Особенности производства рекламы. Сдвоенный рынок медиа.

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. Медиакилт. Веб-аналитика. Специфика работы журналиста с большими данными и обработкой данных.

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.

Модуль 2. Основные технологические процессы современного медиапроизводства

(45 часов)

Краткая история развития и современное состояние производства печатной продукции и полиграфического производства, технологий фотографии, звукозаписи, видеозаписи, кинопроизводства, радиовещания. Влияние мультимедиа технологий на развитие и перспективы СМИ.

Аналоговое и цифровое телевизионное вещание. 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.

Современные форматы видеоконтента: видеоблогинг, видеоподкасты, стримы. Основные технологические процессы производства видеоконтента. Основные технологические операции дистрибуции видеоконтента.

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.

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

3. Тематическое планирование

№	Темы	Количество часов	
		Теория	Практика
I. Специфика технологий в медиасфере			
1.	Базовые понятия медиасферы	1	1
2.	История развития технологий в медиасфере. Их современное состояние	1	1
3.	Специфика работы современных медиакомпаний	2	2
4.	Исследования аудитории медиа и организация работы медиа по результатам исследования. Формирование лояльной аудитории	2	3
5.	Связи с общественностью. Пресс-службы. Продвижение контента СМИ	2	3
6.	Реклама как особый вид медиапродукции	2	3
II. Основные технологические процессы современного медиапроизводства			
7.	Производство печатной продукции. Понятие графического дизайна	2	5
8.	Производство фотопродукции	2	5
9.	Производство видеопродукции. Телевизионное вещание. Технологии вещания	2	5
10.	Звукозапись. Специфика подкастов. Радиовещание. Вещание в интернете	2	5
11.	Интернет-технологии	2	4
12.	Социальные сети как платформа новых медиа. Блоги, агрегаторы	2	4
13.	Производство медиаконтента и презентация проекта	0	5
	Итого	68	

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