

**АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД АРЗАМАС
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**
муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования
«Детский оздоровительно-образовательный (профильный) центр «Водопрь»

ПРИНЯТО

педагогическим советом
(протокол № 01 от 01.06.2026 г.)

УТВЕРЖДАЮ

Исполняющий обязанности директора
МБУ ДО ДООЦ «Водопрь»



В.А. Канаев

Приказ № 34 от 01.06.2026 г.

**Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа
социально-гуманитарной направленности**

«Контент-мастерская»

Возраст учащихся – 12-15 лет

Срок реализации – 21 день

Автор-составитель:

педагог дополнительного образования

г.о.г.Арзамас, 2026 г.

Оглавление

Раздел 1. Основные характеристики программы дополнительного образования	3
1.1. Пояснительная записка	3
1.2. Планируемые результаты	6
1.3. Содержание программы.....	7
1.4. Учебный план.....	9
1.5. Учебно-тематический план	9
Раздел 2. Организационно-педагогические условия реализации программы дополнительного образования	10
2.1. Календарный учебный график	10
2.2. Условия реализации программы	11
2.3. Форма аттестации и оценочные материалы.....	11
2.4. Методические материалы	14
3. Список литературы.....	16
Приложение	24

Раздел 1. Основные характеристики программы дополнительного образования

1.1. Пояснительная записка

Актуальность. В современном информационном обществе навыки создания, анализа и распространения цифрового контента становятся базовой грамотностью. Подростки являются активными потребителями контента, но часто не имеют системных знаний о том, как создавать качественный, этичный и безопасный продукт. Программа отвечает запросу на развитие медиаграмотности, критического мышления и креативных способностей в цифровой среде, что особенно важно в условиях доминирования визуальных коммуникаций и социальных сетей.

Сегодня увлечение блогерством и ведением личных страниц в социальных сетях является одним из ключевых интересов подростковой аудитории. Для современных школьников соцсети-это не просто развлечение, а основное пространство социализации, самопрезентации и формирования идентичности. Однако стихийное погружение в медиасреду часто несет риски: от кибербуллинга и зависимости от «лайков» до распространения недостоверной информации и нарушения авторских прав.

Программа «Контент-мастерская» трансформирует этот интерес в полезный навык. Мы не запрещаем гаджеты, а учим использовать их как инструмент творчества. Занятия помогают подросткам перейти из позиции пассивного потребителя («скроллер») в позицию осознанного создателя («креатора»). Это дает учащимся:

1. Навыки самопрезентации: Умение грамотно упаковывать свои идеи, таланты и достижения.
2. Цифровую гигиену: Понимание границ личного, безопасности данных и этики сетевого общения.
3. Критическое мышление: Способность отличать факты от фейков, анализировать мотивы авторов и манипулятивные техники.
4. Практико-ориентированный подход и интеграция в жизнь лагеря.

Уникальность программы заключается в ее прикладном характере. «Контент-мастерская» выходит за рамки учебного класса и становится реальным медиа-центром лагерной смены. Обучающиеся не просто выполняют учебные задания, а становятся официальными корреспондентами и SMM-специалистами лагеря.

В ходе реализации программы дети будут:

- освещать события лагерной жизни (спорт, творчество, мероприятия) в официальной группе лагеря во «ВКонтакте».

- создавать фотоотчеты, короткие видеоролики (Reels/Клипы) и текстовые посты.

- работать в редакционной команде, распределяя роли (фотограф, копирайтер, редактор, дизайнер).

Такой формат позволяет детям сразу увидеть результат своего труда: их посты читают родители, педагоги и сотни других детей. Это формирует высокую мотивацию, чувство ответственности за публикуемый материал и опыт реальной командной работы.

Реализация программы в формате интенсива в загородном лагере имеет особое значение:

- безопасная среда для экспериментов: лагерь предоставляет информационный повод каждый день. Дети учатся находить интересные сюжеты в повседневной жизни, развивая наблюдательность.

- социальное взаимодействие: совместное создание контента сплачивает коллектив, учит договариваться, давать конструктивную обратную связь и работать на общий результат.

Таким образом, «Контент-мастерская»-это не просто курс по созданию картинок и текстов, это школа современной коммуникации, которая готовит подростков к жизни в цифровом мире, развивая их творческий потенциал, социальную ответственность и профессиональные навыки будущего.

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа «Контент-мастерская» имеет **социально-гуманитарную направленность** и является модифицированной.

Новизна программы заключается в синтезе классических гуманитарных дисциплин (риторика, стилистика, этика) с современными digital-инструментами. Акцент делается не только на технических навыках монтажа или дизайна, но и на смысловой нагрузке, авторском стиле, правовой безопасности и эмоциональном интеллекте создателя контента. Используется подход «Контент со смыслом».

Педагогическая целесообразность. Программа построена на принципах практико-ориентированного обучения и проектной деятельности. Социально-гуманитарная направленность позволяет интегрировать знания из области литературы, обществознания, психологии общения и права. Обучение через создание реального продукта (контент-плана, поста, видео) повышает мотивацию подростков, развивает коммуникативные навыки и умение работать в команде.

Цель: формирование у обучающихся компетенций по созданию осмысленного, качественного и этичного цифрового контента для социальных сетей и медиаплатформ.

Задачи:

Образовательные:

- познакомить с основами копирайтинга, визуальной грамотности, авторского права и алгоритмами продвижения.

Развивающие:

- способствовать развитию критического мышления, креативности, навыков самопрезентации и работы с информацией.

Воспитательные:

- способствовать формированию культуры сетевого общения, ответственности за распространяемую информацию.

Отличительными особенностями данной дополнительной общеобразовательной (общеразвивающей) программы является то, что в процессе реализации программы обучающиеся могут одновременно получать комплексные знания, развивать синтетические способности и совершенствовать навыки социального взаимодействия путем участия в творческой и социально-значимой деятельности. Такой комплексный подход к обучению способствует формированию устойчивой мотивации к познанию нового, является активатором желания заниматься творческой деятельностью, что в свою очередь положительно отражается на успешности социализации как в настоящий момент, так и в будущей взрослой жизни.

Адресат программы. Возраст детей, участвующих в реализации данной образовательной программы от 12 до 15 лет.

Объем и сроки освоения: Программа рассчитана на 13,5 часов. Занятия проводятся 3 раза в неделю по 1,5 часа.

Уровень программы – стартовый

Форма обучения – очная.

Форма проведения занятий – групповая.

Формы проведения занятий разнообразны, каждое занятие включает в изучение теоретического и практического материала.

Содержание программы подобрано таким образом, что на начальных этапах обучение носит репродуктивный, а затем творческий характер. В основе программы лежат принципы научности и практической ориентированности. При реализации программы используются сочетания коллективных, групповых и индивидуальных форм работы.

Обучение по общеразвивающей программе «Контент-мастерская» ведется на русском языке.

Срок реализации программы – 1 год (21 день).

Режим работы творческого объединения – 4,5 часа в неделю.

Наполняемость группы - 15 человек.

1.2. Планируемые результаты

К концу периода обучения учащиеся должны:

Знать:

- основы копирайтинга: структуру продающего и вовлекающего текста, правила написания заголовков и призывов к действию (СТА);
- основы визуальной грамотности: правила композиции кадра, работы со светом и цветом, принципы создания единого визуального стиля;
- правовые нормы: понятия авторского права, виды лицензий, правила безопасного использования чужого контента;
- принципы продвижения: как работают алгоритмы социальных сетей (ВКонтакте), что такое охваты, вовлеченность и почему важен контент-план;
- критерии достоверности: признаки фейковой информации и методы фактчекинга.

Уметь:

- применять навыки копирайтинга на практике: писать живые, структурированные посты для разных целевых аудиторий;
- создавать качественный визуальный контент: делать удачные фотографии и монтировать динамичные видеоролики в мобильных редакторах;
- анализировать информацию: проверять факты перед публикацией, отличать манипуляции от реальных новостей (критическое мышление);
- планировать свою деятельность: составлять контент-план на неделю, распределяя темы и форматы публикаций;
- презентовать себя и свои идеи: грамотно оформлять профиль/сообщество, вести себя уверенно в кадре и в тексте.
- соблюдать сетевой этикет (нетикет): вежливо общаться в комментариях, конструктивно реагировать на критику, не допускать токсичного поведения;
- нести ответственность за публикуемый контент: проверять материалы на безопасность, уважать частную жизнь других людей (не публиковать фото без согласия), указывать авторство источников.

1.3. Содержание программы

Занятие 1. «Кто я в интернете?» Личный бренд и целевая аудитория

Теория: Понятие личного бренда. Чем личный блог отличается от паблика. Портрет целевой аудитории (ЦА): боли, интересы, язык общения.

Практика: Упражнение «Моя визитка». Создание аватара ЦА для вымышленного или реального проекта. Заполнение шаблона «Кто я? О чем я? Для кого я?».

Материалы: Шаблоны Persona Card, примеры успешных личных брендов подростков.

Занятие 2. «Слово имеет вес». Основы копирайтинга

Теория: Структура продающего и вовлекающего текста (AIDA, PAS). Заголовки, которые читают. Tone of Voice (голос бренда). Ошибки новичков.

Практика: Написание трех вариантов заголовка для одной темы. Редактирование «сухого текста»: превращение официальной новости в живой пост для соцсетей.

Материалы: Чек-лист «Идеальный пост», карточки с примерами плохих/хороших текстов.

Занятие 3. «Визуальный язык». Композиция и цвет

Теория: Правило третей, золотое сечение. Психология цвета в маркетинге. Типы контента: фото, графика, инфографика. Важность единого стиля (visual identity).

Практика: Анализ ленты известного блогера на предмет визуального стиля. Создание мудборда (доски настроения) для своего проекта в бесплатном редакторе (Canva/Pinterest).

Материалы: Цветовой круг Иттена, примеры сеток композиции, доступ к онлайн-редакторам.

Занятие 4. «Мобильная съемка». Свет, ракурс, сюжет

Теория: Технические настройки смартфона. Виды планов. Работа со светом (естественный vs искусственный). Стабилизация изображения.

Практика: Съемка серии из 5 фотографий одного объекта в разных ракурсах и освещении. Мини-челлендж «Предметная съемка».

Материалы: Смартфоны обучающихся, простые реквизиты (фрукты, книги, игрушки), отражатели (можно из фольги).

Занятие 5. «Видео в тренде». Монтаж и динамика

Теория: Особенности вертикального видео (Reels, Shorts, TikTok). Ритм монтажа. Использование трендовой музыки и звуков. Субтитры и их важность.

Практика: Монтаж 15-секундного ролика в мобильном приложении (CapCut, InShot). Наложение музыки, переходов и текста.

Материалы: Инструкции по интерфейсу CapCut, набор исходных видеосюжетов.

Занятие 6. «Безопасность и закон». Авторское право и фейки

Теория: Что такое интеллектуальная собственность. Лицензии Creative Commons. Как легально использовать чужие фото и музыку. Проверка фактов (фактчекинг). Ответственность за клевету и оскорбления в сети.

Практика: Кейс-стади: разбор ситуаций нарушения авторских прав. Поиск источника вирусной картинки через reverse image search.

Материалы: Памятка «Где брать бесплатный контент», список сайтов-фактчекеров.

Занятие 7. «SMM-стратегия». Контент-план и рубрикатор

Теория: Виды контента: развлекательный, познавательный, продающий, вдохновляющий. Баланс контента. Что такое контент-план и зачем он нужен. Хештеги и геометки.

Практика: Составление контент-плана на неделю для своего проекта (3 поста + 2 сторис/рилс). Подбор хештегов.

Материалы: Шаблон таблицы контент-плана, список популярных хештегов по категориям.

Занятие 8. «Обратная связь и комьюнити». Работа с аудиторией

Теория: Как отвечать на комментарии (позитивные и негативные). Этика сетевого спора. Как превратить подписчиков в сообщество. Аналитика: какие метрики важны (охват, вовлеченность, сохранения).

Практика: Ролевая игра «Тролль-атака»: отработка ответов на провокационные комментарии. Анализ статистики условного аккаунта.

Материалы: Скрипты ответов на частые вопросы, примеры токсичных комментариев для отработки.

Занятие 9. «Презентация проекта». Промежуточная аттестация по итогам освоения программы.

Теория: Искусство самопрезентации.

Практика: Защита финальных проектов. Каждый участник/группа представляет свой разработанный концепт блога, показывает примеры контента и контент-план. Вручение сертификатов. Рефлексия курса.

Материалы: Проектор для презентаций, бланки для оценки работ жюри (педагог + участники).

1.4. Учебный план

№ п/п	Наименование раздела	Количество часов	Формы текущего контроля (аттестации)
1.	Основы медиаграмотности и создания цифрового контента	13,5	творческая работа
	Итого:	13,5	

1.5. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование раздела, темы	Количество часов 1 год обучения			Формы контроля
		Всего	Теория	Практика	
1.	«Кто я в интернете?» Личный бренд и целевая аудитория	1,5	0,5	1	
2.	«Слово имеет вес». Основы копирайтинга	1,5	1	0,5	
3	«Визуальный язык». Композиция и цвет	1,5	0,5	1	
4.	«Мобильная съемка». Свет, ракурс, сюжет	1,5	0,5	1	
5	«Видео в тренде». Монтаж и динамика	1,5	0,5	1	
6	«Безопасность и закон». Авторское право и фейки	1,5	0,5	1	
7	«SMM-стратегия». Контент-план и рубрикатор	1,5	0,5	1	
8	«Обратная связь и комьюнити». Работа с аудиторией	1,5	0,5	1	
9	«Презентация проекта». Промежуточная аттестация по итогам освоения программы.	1,5		1,5	Творческая работа
	Итого:	13,5	4,5	9	

Раздел 2. Организационно-педагогические условия реализации программы дополнительного образования

2.1. Календарный учебный график

День смены																					Количество недель (в смену)	Количество часов (в смену)	Количество групп (в смену)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21			
	4,5				4,5										4,5				3	13,5	1		

Условные обозначения

	Комплектование образовательных групп		Ведение занятий по расписанию		Каникулярный период		Аттестация по итогам освоения программы
--	--------------------------------------	--	-------------------------------	--	---------------------	--	---

2.2. Условия реализации программы

Формы организации деятельности учащихся: индивидуально-групповая, коллективно-групповая.

Материально-технические условия: Занятия проводятся в помещении, отвечающее санитарно – гигиеническим требованиям - танцевальный зал.

Для организации занятий в танцевальном зале предусмотрены стулья и столы для размещения учащихся;

Для организации занятий необходимы:

1. *Канцелярские принадлежности:* ватман - 15 шт., набор цветного картона- 15 шт., набор цветной бумаги- 15 шт., ножницы -15 пар, гуашь- 15 шт., кисти- 15 шт., клей- 15 шт., двусторонний скотч на вспененной основе – 1 шт., маркеры цветные – 1 набор, стикеры – 5 шт., карандаши – 15 шт., бейджи – 15 шт., формы-шаблоны для вырезания - 15 шт., бумага формата А4 – 30 листов и т.п.

2. *Оборудование:* фотоаппарат – 1 шт., музыкальные колонки – 2 шт., телевизор с USB-входом для демонстрации видеороликов - 1 шт.; флешнакопитель для хранения рабочего материала в электронном виде – 1 шт., проектор - 1 шт., принтер для печати цветных изображений – 1 шт.

Допускается применение учащимися собственных мобильных устройств с целью фиксации результатов по итогам занятия.

2.3. Форма аттестации и оценочные материалы

Формы промежуточной аттестации разрабатываются для отслеживания результативности освоения программы.

Форма проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дополнительной общеобразовательной (общеразвивающей) программы «Контент-мастерская» – творческая работа/проект.

Критерии оценки результатов аттестации

Итоговая аттестация проводится в форме защиты индивидуального или группового творческого проекта. Обучающийся представляет разработанный

концепт медиа-проекта (блога/паблика), демонстрирует созданные в ходе курса материалы (посты, фото, видео) и защищает контент-план.

Форма оценки результатов: баллы

Оценка производится по следующим критериям:

1. Содержательный блок (Смысл и стратегия)

Актуальность и проработка идеи: Насколько интересна и понятна тема блога. Четко ли определена целевая аудитория (ЦА) и соответствует ли контент её интересам.

Структура и планирование: Наличие грамотно составленного контент-плана. Соблюдается ли баланс рубрик (развлекательный, полезный, личный контент). Реалистичность планов.

2. Практический блок (Качество контента)

Визуальная грамотность: Качество фотографий и видеороликов. Соблюдение правил композиции, работы со светом. Наличие единого визуального стиля (цветовая гамма, шрифты, фильтры).

Текстовая грамотность (Копирайтинг): Качество текстов постов. Наличие цепляющих заголовков, логичная структура, отсутствие грубых ошибок, наличие призыва к действию (СТА). Умение адаптировать стиль под ЦА.

Техническое исполнение: Качество монтажа видео (ритм, переходы, музыка, субтитры). Аккуратность оформления графических элементов.

3. Этический и правовой блок (Безопасность)

Соблюдение авторского права: Использование легального контента (собственные фото/видео или материалы с открытых лицензий). Правильное указание источников, если они использованы.

Сетевой этикет: Демонстрация понимания норм общения в сети. Отсутствие токсичных или провокационных элементов в проекте (если это не обосновано художественным замыслом и правилами площадки).

4. Коммуникативный блок (Защита проекта)

Навыки самопрезентации: Умение четко, кратко и уверенно рассказать о своем проекте. Ответы на вопросы педагога и аудитории.

Аргументация: Способность объяснить, почему были выбраны именно такие форматы, цвета или темы для постов.

В аттестации по итогам обучения по всей ДООП «Контент-мастерская» используется 20-бальная система оценки результатов каждого обучающегося.

Критерии оценок:

5 баллов – самостоятельное выполнение задания с учетом выбранной темы, задание выполняется без помощи педагога, с соблюдением четкого алгоритма разработки, эстетичности оформления выбор является полностью обоснованным, в процессе разработки задействованы все участники.

4 балла – задание выполнено самостоятельно с учетом оригинальности идеи, задание выполняется без помощи педагога, алгоритм соблюден не полностью, эстетичностью оформления не выдержана, выбор является полностью обоснованным, во время представления работы проведена частичная презентация, в процессе разработки задействованы все участники.

3 балла – задание выполнено с помощью педагога, алгоритм соблюден не полностью, эстетичностью оформления не выдержана, во время представления работы проведена частичная презентация, нет четкого обоснования выбора, в процессе разработки задействованы все участники.

2 балла - задание выполнено с помощью педагога, алгоритм не соблюдается, отсутствует эстетичность, нет четкого обоснования выбора, во время представления работы проведена частичная презентация одним человеком.

1 балл - задание не выполнено.

Оценка результатов по критериям аттестации суммируется.

По итогам оценки делается вывод об уровне основания программы.

15-20 баллов – высокий уровень;

11-15 баллов – средний уровень;

1-10 баллов – низкий уровень.

Результаты освоения раздела программы заносятся в протокол проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дополнительной образовательной общеразвивающей программы (приложение 4)

2.4. Методические материалы

Программа реализует деятельностный подход, моделируя реальную работу контент-мейкера.

Обучение идет от стратегии к практике по принципу «спирали компетенций»: каждый новый навык сразу применяется в общем проекте (создании концепта блога).

Логика цикла (4 этапа):

1. Стратегия (Занятия 1–2): Определение ЦА и основы текста.

Принцип: «Сначала смысл, потом форма».

2. Визуал (Занятия 3–5): От статики (фото/композиция) к динамике (видео/монтаж). Принцип: постепенное усложнение форматов.

3. Система и безопасность (Занятия 6–7): Авторское право, фактчекинг и контент-план. Принцип: ответственность и регулярность.

4. Коммуникация и итог (Занятия 8–9): Работа с аудиторией и защита проекта. Принцип: диалог и презентация результата.

Структура каждого занятия (микро-цикл) включает:

1. Актуализация: Проблема из практики.

2. Теоретический минимум: Только нужная для задачи информация.

3. Практикум: Создание элемента проекта под руководством педагога.

4. Рефлексия: Анализ работ и обратная связь.

Связь теории и практики в программе «Контент-мастерская» строится на принципе немедленного применения знаний.

Теоретический материал не изучается изолированно или «впрок», а служит непосредственной инструкцией к действию. Каждое занятие начинается с краткого разбора конкретного инструмента (правила композиции, формулы текста, алгоритма монтажа), который обучающиеся тут же, в течение 15–20 минут, используют для выполнения практического задания.

Эта связь обеспечивается через интеграцию всех упражнений в единый итоговый проект-создание концепта собственного блога. Например, теоретические знания о целевой аудитории, полученные на первом занятии, сразу применяются для заполнения профиля подписчика, который затем учитывается при написании текстов и подборе визуального стиля.

Навыки копирайтинга отрабатываются через создание реальных постов, а изучение авторского права-через поиск легальных изображений для этих же публикаций.

Методическая особенность программы заключается в сочетании проектной деятельности с принципами индивидуализации и междисциплинарности. Педагог использует дифференцированный подход, предлагая новичкам опорные шаблоны, а продвинутым участникам-задачи повышенной сложности.

Содержание курса интегрирует элементы литературы, права и информатики, показывая подросткам практическую ценность школьных знаний. Кроме того, особое внимание уделяется формированию цифрового благополучия: дети учатся не только создавать контент, но и осознанно регулировать свое присутствие в сети, сохраняя психологический комфорт.

Таким образом, теория выступает технологической базой, а практика-способом ее закрепления. Ошибки, допускаемые детьми в ходе практической работы, становятся поводом для возвращения к теоретическим аспектам и их более глубокого осмысления. К финальному занятию все разрозненные практические навыки объединяются в целостный продукт, который обучающийся защищает, демонстрируя комплексное применение всей изученной теории

2. Список литературы

3.

1. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях: Как привлечь клиентов и увеличить продажи через SMM.-М.: Эксмо, 2023.- (Базовое руководство по стратегии и аналитике).

4. Кот, Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Создавайте тексты, которые продают.-М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022.- (Основы работы с текстом).Ф

5. Федорова, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность.- Таганрог: Изд-во Кучма, 2021.- (Теоретические основы преподавания медиакультуры).

6. Смирнова, О. О. Цифровая гигиена и безопасность детей в интернете: методическое пособие для педагогов.-М.: Просвещение, 2023.

2. Электронные образовательные ресурсы и сервисы

1. Официальный справочный центр ВКонтакте (VK Help): Раздел «Для создателей контента» и «Продвижение сообществ». [URL: <https://help.vk.com/>]

2. Стоковые фотобанки с лицензией Creative Commons:

- Unsplash.com;

- Pexels.com;

- Pixabay.com

Сервисы для планирования и дизайна:

- Supa, Flyvi -для создания графики.

- Trello.com / Notion.so-для ведения контент-планов.

- Ресурсы по фактчекингу:

- StopFake.org

- Snopes.com (международная база фейков)

Методические рекомендации и тезисы лекций для педагога по каждому из 9 занятий.

Эти материалы помогут структурировать устное выступление, сделать его engaging (вовлекающим) и адаптированным под подростковую аудиторию.

Занятие 1. «Кто я в интернете?» Личный бренд и целевая аудитория

Цель лекции: Помочь подросткам осознать, что их цифровой след-это их репутация, и научить их определять, для кого они создают контент.

Тезисы для рассказа:

1 Введение: Интернет помнит всё.

Начните с вопроса: «Что гугл выдаст по вашему имени через 5–10 лет?».

Объясните понятие «цифровой след».

Личный бренд-это не только для звезд. Это то, что о вас говорят, когда вы выходите из комнаты (или закрываете браузер).

1. Личное vs Публичное.

разница между личным аккаунтом («для друзей») и публичным блогем/проектом («для аудитории»).

Почему важно разделять эти зоны ради безопасности и психического комфорта.

3. Кто твоя аудитория? (ЦА).

Аналогия: «Если ты готовишь пиццу, ты не можешь угодить всем: кто-то любит ананасы, кто-то hates их».

Нельзя писать «для всех». Нужно выбрать конкретного человека (аватар).

Пример: Блог про учебу. ЦА не «все школьники», а «ребята 8–9 классов, которые хотят сдать ОГЭ без стресса».

4. Уникальное торговое предложение (УТП) подростка.

Что ты умеешь делать лучше других? Или что тебе просто искренне интересно?

Искренность продает лучше, чем идеальная картинка.

Совет педагогу: Избегайте сложных маркетинговых терминов. Используйте примеры из ВКонтакте или Rutube, которые им знакомы (например, сравните стиль двух популярных блогеров).

Занятие 2. «Слово имеет вес». Основы копирайтинга

Цель лекции: Научить писать тексты, которые хочется дочитать до конца, и объяснять структуру поста.

Тезисы для рассказа:

1. Почему нас читают (или скроллят)?

У человека есть 3 секунды, чтобы заинтересоваться.

Главная ошибка: начинать издали («Привет, как дела, сегодня погода...»).

Правило: Сразу к сути или интриге.

2. Формула AIDA на пальцах.

Внимание: Заголовок/первая фраза. Должна цеплять.

Интерес: Факты, история, польза.

Желание: Почему это важно именно читателю?

Действие: Призыв (СТА). «Напиши в комментариях», «Сохраняй», «Перешли другу». Без призыва люди часто ничего не делают.

3. Голосовой бренд.

Как мы общаемся? Как лучший друг? Как строгий учитель? Как эксперт?

Важно соблюдать последовательность. Нельзя в одном посте использовать сленг, а в другом-канцеляризм.

4. Визуальная гигиена текста.

«Стена текста» пугает. Нужны абзацы, эмодзи (как специи-чуть-чуть), списки.
Совет педагогу: Дайте им плохой пример текста (скучный, длинный, без структуры) и попросите найти ошибки перед тем, как давать теорию.

Занятие 3. «Визуальный язык». Композиция и цвет

Цель лекции: Объяснить, что красивая картинка-это не случайность, а результат работы с композицией и цветом.

Тезисы для рассказа:

1. Глаз видит раньше, чем мозг читает.

В ленте соцсетей мы сначала реагируем на изображение.

2. Правило третей.

Покажите сетку на экране телефона. Объект не всегда должен быть по центру.

Пересечение линий-место для главного объекта (глаза, лицо, товар).

3. Психология цвета.

Красный = энергия, опасность, еда. Синий = спокойствие, доверие, технологии.
Желтый = радость, внимание.

Почему логотипы банков синие, а фастфуда-красно-желтые?

4. Единый стиль.

Почему лента выглядит дорого, когда она выдержана в 2–3 цветах?

Мудборд-это карта настроения вашего проекта перед съемкой.

Совет педагогу: Попросите их открыть свои галереи и найти одно фото, которое им нравится, и одно, которое кажется «неудачным». Пусть попробуют объяснить почему, используя термины «свет», «композиция», «цвет».

Занятие 4. «Мобильная съемка». Свет, ракурс, сюжет

Цель лекции: Показать, что телефон-мощный инструмент, если уметь им пользоваться.

Тезисы для рассказа:

1. Свет-это всё.

Главный источник света должен быть спереди или сбоку от объекта, но не сзади (контровой свет делает силуэт, если это не художественная задумка).

Лучший свет-от окна. Не снимайте против яркого окна, если нет профи-оборудования.

2. Чистота объектива.

Банальный совет: протрите камеру. 50% мутных фото-это грязный объектив.

3. Ракурсы меняют восприятие.

Съемка снизу вверх делает объект величественным/угрожающим.

Съемка сверху вниз популярна для еды и раскладок.

Уровень глаз-для портретов и общения.

4. Стабилизация.

Дрожащие руки = любительское видео. Прижмите локти к корпусу или используйте подручные средства как штатив.

Совет педагогу: Проведите мини-эксперимент прямо в классе: сфотографируйте один и тот же предмет (например, пенал) при свете лампы, у окна и в темном углу. Сравните результаты на большом экране.

Занятие 5. «Видео в тренде». Монтаж и динамика

Цель лекции: Развеять страх перед монтажом и объяснить принципы динамичного видео.

Тезисы для рассказа:

1. Эпоха короткого внимания.

Если в первые 2 секунды ничего не происходит, зритель уходит.

Динамика-это смена планов, движение в кадре, смена музыки.

2. Вертикальный формат.

Мы держим телефон вертикально. Контент должен заполнять весь экран.

Важные элементы (текст, лицо) не должны перекрываться интерфейсом приложения (кнопками лайка, описанием внизу).

3. Магия монтажа.

Склейка по движению (когда действие продолжается в следующем кадре).

Использование переходов (transitions) должно быть оправдано смыслом, а не просто «чтобы было красиво».

4. Звук и музыка.

Музыка задает ритм.

Трендовые звуки помогают алгоритмам продвигать видео, но оригинальный голос/звуки тоже важны.

Субтитры обязательны: многие смотрят видео без звука.

Совет педагогу: Покажите разбор популярного Reels: сколько там склеек? Где меняется музыка? Где появляется текст?

Занятие 6. «Безопасность и закон». Авторское право и фейки

Цель лекции: Сформировать правовую грамотность и критическое мышление.

Тезисы для рассказа:

1. «Я нашел в Гугле, значит можно брать».

Нет. Всё, что создано человеком, защищено авторским правом.

Что будет, если использовать чужую песню или фото? (Страйки, удаление, суды для крупных проектов).

2. Где брать легальный контент?

Стоки с бесплатными лицензиями (Unsplash, Pexels).

Фонотеки самих соцсетей (там музыка уже лицензирована для платформы).

Лицензии Creative Commons (объясните значки CC).

Фейкньюс и манипуляции.

Как отличить факт от мнения?

Эмоциональные заголовки («ШОК!», «Вы не поверите!»)-красный флаг.

Проверяйте источник: кто написал? Где опубликовано впервые? Есть ли подтверждение в других СМИ?

4. Кибербуллинг и этика.

Слово может ранить сильнее удара. Ответственность за комментарии и репосты.

Совет педагогу: Используйте реальные кейсы (без имен, если они локальные, или известные мировые прецеденты), когда блогеров штрафовали за использование чужой музыки или фото.

Занятие 7. «SMM-стратегия». Контент-план и рубрикатор

Цель лекции: Показать, что успех блога-это система, а не хаотичные публикации.

Тезисы для рассказа:

1. Хаос убивает блог.

Если постить 10 раз за один день, а потом молчать месяц-аудитория уйдет.

Алгоритмы любят регулярность.

2. Рубрикатор.

Чтобы не думать каждый день «о чем писать?», нужно иметь темы-шаблоны.

Примеры рубрик: «Мифы о...», «Лайфхак дня», «Закулисье», «Ответы на вопросы».

3. Баланс контента.

Нельзя только продавать или только развлекать.

Правило 40/40/20: 40% пользы/интереса, 40% развлечения/личного, 20% продаж/призывов к действию (адаптируйте под цели подростков).

4. Хештеги и геометки.

Хештеги-это библиотечарские карточки. Они помогают найти ваш пост по теме.
Не ставьте #love #instagood (слишком общие). Ставьте узкие: #рецептыпп
#школьнаяжизньмосква.

Совет педагогу: Покажите пример таблицы контент-плана. Дайте шаблон, который они смогут скопировать.

Занятие 8. «Обратная связь и комьюнити». Работа с аудиторией

Цель лекции: Научить экологичному общению в сети и анализу результатов.

Тезисы для рассказа:

1. Диалог, а не монолог.

Соцсети-социальны. Отвечайте на комментарии. Задавайте вопросы в постах.

2. Как работать с негативом?

Типы хейтеров: конструктивная критика (можно использовать для роста) и троллинг (эмоциональный выплеск).

Тактика: не кормите троллей эмоциями. Игнор, бан или сухой фактологический ответ.

Никогда не отвечайте агрессией на агрессию-это портит имидж перед остальной аудиторией.

3. Метрики vanity vs reality.

Лайки-это приятно, но мало что значит.

Сохранения и репосты-показатель реальной пользы.

Комментарии-показатель вовлеченности.

Охваты-сколько людей увидело.

Совет педагогу: Проведите ролевую игру. Один ученик пишет провокационный комментарий, другой должен ответить грамотно и спокойно. Обсудите варианты.

Занятие 9. «Презентация проекта». Финальный питчинг

Цель лекции: Подвести итоги, научить презентовать свои идеи и получить обратную связь.

Тезисы для рассказа (краткий брифинг перед защитами):

1. Что такое питч?

Это продажа своей идеи за короткое время.

Структура: Кто вы? Какую проблему решаете? Как вы это делаете (примеры контента)? Какой результат ожидаете?

2. Как выступать?

Говорите четко, смотрите в зал (в камеру), не читайте с листа.

Уложитесь в тайминг (например, 3 минуты на спикера).

3. Культура обратной связи.

Когда оцениваете других: сначала плюс (что понравилось), потом зона роста (что можно улучшить), потом снова плюс или поддержка.

Критикуйте идею, а не личность.

Действия педагога:

Модерируйте процесс, следите за временем.

Подводите итог курса: напомните главные инсайты.

Анкета входного контроля (Опросник интересов)

Заполняется обучающимися на первом занятии. Помогает педагогу адаптировать программу под уровень группы.

Привет! Давай познакомимся ближе, чтобы наши занятия были максимально полезными для тебя.

Твое имя: _____

Какими социальными сетями ты пользуешься чаще всего? (отметь все подходящие)

ВКонтакте

Telegram

YouTube / YouTube Shorts

TikTok

Instagram* (*запрещен в РФ)

Другое: _____

Ты когда-нибудь вел(а) свой блог или паблик?

Да, активно веду

Был опыт, но забросил(а)

Нет, только наблюдаю за другими

Что тебе кажется самым сложным в создании контента?

Придумывать идеи (о чем писать/снимать)

Писать интересные тексты

Снимать красивые фото/видео

Монтировать видео

Не боюсь ничего, хочу научиться всему!

Если бы у тебя был свой блог, о чем бы он был? (хобби, игры, учеба, лайфстайл, юмор и т.д.)

Чему ты хочешь научиться больше всего за эти 9 занятий?

Тест итогового самоконтроля (Анкета «Да/Нет»)

Инструкция: Прочитайте утверждение. Если вы согласны с ним, поставьте «+» в колонке «Да». Если не согласны-в колонке «Нет».

№	Утверждение	Да	Нет
1	Для создания качественного контента обязательно нужна профессиональная дорогая камера.		
2	Целевая аудитория-это абсолютно все люди, которые могут увидеть мой пост.		
3	Использование чужой популярной музыки в видео без проверки прав может привести к блокировке или удалению звука.		
4	В копирайтинге формула AIDA означает: Внимание, Интерес, Желание, Действие.		
5	На любые негативные комментарии (хейт) нужно обязательно отвечать агрессией, чтобы защитить себя.		
6	Контент-план помогает соблюдать регулярность публикаций и не забывать про разные рубрики.		
7	Хештеги нужны только для красоты, на поиск и охваты они никак не влияют.		
8	Перед репостом сенсационной новости стоит проверить её на других независимых ресурсах (фактчекинг).		
9	Визуальный стиль блога (цвета, шрифты) должен меняться каждый день, чтобы подписчикам не было скучно.		
10	Вертикальный формат видео (9:16) является основным для Stories, Reels и VK Клипов.		

Правильные ответы:

- Нет.** (Современный смартфон + правильный свет и композиция дают отличный результат).
- Нет.** (ЦА-это конкретная группа людей, которым интересна ваша тема. Пытаться угодить всем = не угодить никому).
- Да.** (Платформы строго следят за авторскими правами на музыку).
- Да.** (Attention, Interest, Desire, Action-классическая маркетинговая модель).
- Нет.** (Агрессия портит репутацию. Лучше игнорировать троллей или отвечать конструктивно и вежливо).
- Да.**
- Нет.** (Хештеги работают как навигация и помогают новым людям найти ваш контент по темам).
- Да.** (Это основа медиаграмотности и безопасности).
- Нет.** (Единый стиль делает блог узнаваемым и профессиональным. Хаос отпугивает).
- Да.**

Бланк рефлексии «Чемодан, Мясорубка, Корзина»

Раздается в конце последнего занятия для подведения итогов.

Ребята, давайте посмотрим, что мы взяли с собой из этой «Контент-мастерской».

ЧЕМОДАН (Что я забираю с собой? Какие знания, навыки или эмоции мне точно пригодятся в будущем?)

МЯСОРУБКА (Что мне нужно еще «перекрутить», обдумать или доработать? Что осталось непонятым, но интересным?)

КОРЗИНА (Что оказалось лишним, ненужным или слишком сложным и скучным? От чего я готов отказаться?)

Мое настроение после курса: 😊 😐 ☹️

Совет педагогу на будущее:

ПРОТОКОЛ

результатов проведения аттестации учащихся по итогам освоения
дополнительной общеобразовательной (общеразвивающей) программы
на 2026 учебный период

Название объединения _____

Группа _____

Фамилия, имя, отчество педагога _____

Форма оценки результатов: уровень (высокий, средний, низкий)

Результаты промежуточной аттестации

№	Фамилия имя учащегося	Дата проведения	Критерии оценивания				Оценка результатов аттестации	Уровень	Результат освоения программы
			Смысл и стратегия	Качество контента	Безопасность	Защита проекта			
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

11									
12									
13									
14									
15									

Всего аттестовано _____ обучающихся.

Из них по результатам аттестации:

Высокий уровень _____ чел.

Средний уровень _____ чел.

Низкий уровень _____ чел.

Педагог/ руководитель кружка _____ / _____ / _____
 (подпись) (расшифровка) (дата)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ "ДЕТСКИЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
(ПРОФИЛЬНЫЙ) ЦЕНТР "ВОДОПРЬ"**, Канаев Владимир Александрович,
исполняющий обязанности директора

04.06.26 14:14 (MSK)

Сертификат 5E5CF08E235023A8637AA9ECC8926CCF