

УТВЕРЖДЕН
приказом ДТДиМ
от № -ОД

Календарно – тематический план
дополнительной общеразвивающей программы
Видеостудия «Ценные Кадры»
2-ого года обучения, группа № ____ 20__ /20__ учебный год.

№ те-мы	Наименование тем программы и тем за-нятий	Кол-во часов			Число и месяц занятия
		всего	теория	практика	
1.	Социальные медиа. Знакомство с информационными платформами				
	Новые виды взаимодействия в сети Интернет. Понятие социальные медиа.	2	2	-	
	Выбор платформы для информационной деятельности.	2	2	-	
	Онлайн сервисы для оформления каналов. Основы дизайна для оформления каналов.	2	2	-	
	Особенности работы социальной сети Вконтакте. Основные настройки, возможности. Алгоритм работы социальной сети.	2	2	-	
	Отличия тематических сообществ, организаций, групп по интересам, публичных страниц и мероприятий.	2	2	-	
	Новый формат – Reels, правила создания.	2	2	-	
	Создание своей группы в социальной сети Вконтакте.	2	-	2	
	Оформление группы. Создание макета. Стилистические решения для оформления группы.	2	-	2	
	Создание баннера, аватара и миниатюры в Adobe Photoshop. Заполнение информации: название, основное описание.	2	-	2	
	Настройка разделов. Оформление меню. Создание обсуждений.	2	-	2	
	Подключение дополнительных приложений для группы.	2	-	2	
	Разработка контент-плана группы Вконтакте.	2	-	2	
	Платформа Яндекс.Дзен. Структура, возможности, алгоритм работы. Уникальность платформы.	2	2	-	
	Издательская деятельность и создание своего канала. Особенности написания статей для платформы Яндекс.Дзен.	2	2	-	
	Создание канала на Яндекс.Дзен.	2	-	2	
	Анализ схожих тематических блогов. Выявление уникальности своей идеи.	2	-	2	
	Оформление канала. Написание первой статьи с прикреплением фото, видео и цитат.	2	-	2	
	Использование Яндекс форм для составления опросов и анкет.	2	2	-	
	Применение опросов и анкет – как формы	2	2	-	

	обратной связи.				
	Первичное анкетирование целевой аудитории. Составление вопросов для анкет.	2	-	2	
	Создание анкет с помощью ресурса Яндекс.Формы. Распространение анкет. Обработка итогов анкетирования.	2	-	2	
	Изучение мессенджеров Telegram и WhatsApp. Отличия и возможности мессенджеров.	2	2	-	
	Использование WhatsApp для рассылок. Создание групп и своего канала в Telegram.	2	2	-	
	Особенности распространения контента в Telegram. Поиск каналов-партнеров в Telegram.	2	2	-	
	Мессенджер WhatsApp. Создание группы. Оформление рассылки.	2	-	2	
	Мессенджер Telegram. Создание и оформление своего канала.	2	-	2	
	Выбор тематики. Анализ схожих тематических каналов.	2	-	2	
	Настройка обсуждения внутри канала. Использование опросов для обратной связи.	2	-	2	
	Видеохостинг Youtube. Создание своего канала.	2	2	-	
	Изучение творческой видеостудии. Возможности онлайн редактирования на канале.	2	2	-	
	Форматы и жанры видеороликов.	2	2	-	
	Современные тренды в социальных медиа.	2	2	-	
	Сторонние ресурсы для создания видеороликов онлайн.	2	2	-	
	Создание канала на Youtube. Оформление баннера, аватара, логотипа.	2	-	2	
	Разработка заставки и концовки. Добавление активных ссылок внутри ролика.	2	-	2	
	Публикация и распространение ролика.	2	-	2	
2.	Основы продвижения медиа продуктов в социальных сетях				
	Влияние социальных изменений на продвижение контента.	2	2	-	
	Механизм распространения информационных продуктов в социальных сетях.	2	2	-	
	Влияние дизайна медиапродукта на его продвижение.	2	2	-	
	Понятие «уникального» контента, как основы для эффективного продвижения.	2	2	-	
	Правила привлечения аудитории в сообщество в социальных сетях.	2	2	-	
	Социальное партнерство – как основа продвижения идеи.	2	2	-	
	Метрика в социальных сетях.	2	-	2	
	Показатели в группах: прирост подписчиков, охват аудитории.	2	-	2	
	Коэффициент вовлеченности к посту.	2	-	2	
	Инструменты продвижения в социальных сетях.	2	-	2	
	Выработка идей контента для социальных сетей.	2	-	2	
	Методы курирования контента.	2	-	2	
	Описание целевой аудитории. Управление репутацией в социальных сетях.	2	-	2	

	Работа с приглашениями целевых пользователей.	2	-	2	
	Наполнение группы качественным контентом.	2	-	2	
	Контент-планирование.	2	-	2	
	Организация обратной связи с целевой аудиторией.	2	-	2	
	Оценка результативности СММ продвижения в сетях.	2	-	2	
3.	Основы создания и ведения блогов и влогов				
	Отличительные особенности блогов и влогов. Разбор понятий.	2	2	-	
	Виды блогов и влогов.	2	2	-	
	Выбор направленности влога и блога, выработка своего стиля.	2	-	2	
	Создание сценария для ведения блога и влога.	2	-	2	
	Принципы построения сценария для блогов и влогов.	2	2	-	
	Правила ведения блога и влога. Описание целевой аудитории.	2	2	-	
	Описание ресурсов по ведению блогов и влогов.	2	2	-	
	Роль ведущего во влоге.	2	2	-	
	Форматы съемки видео для влога.	2	-	2	
	Анализ контента и целевой аудитории	2	-	2	
	Студийная съемка влога с ведущим. Подготовка.	2	-	2	
	Съемочный процесс. Съёмка видеоблога на заданную тему.	2	-	2	
	Самостоятельная съемка влога на заданную тематику.	2	-	2	
	Стилистические особенности написания постов для блога.	2	2	-	
	Способы вовлечения пользователей и подписчиков.	2	2	-	
	Варианты взаимодействия с наработанной базой пользователей.	2	2	-	
	Создание своей библиотеки информации для постоянного ведения блога.	2	-	2	
	Ведение беседы в видеоблоге.	2	-	2	
	Настройка аналитических сервисов для обратной связи.	2	-	2	
	Размещение материалов на соответствующих ресурсах.	2	-	2	
	Выполнение индивидуальных и групповых проектов.	2	-	2	
4.	Создание брендов				
	Основные понятия брендинга. Понятие «Бренд».	2	2	-	
	Создание и позиционирование уникального «лица» компании, проекта или явления.	2	2	-	
	Определение целевой аудитории.	2	2	-	
	Описание целевой аудитории по ряду параметров.	2	-	2	
	Сравнение по лояльности к бренду разных поколений.	2	-	2	
	Мозговой штурм по методике «Теневой штурм».	2	-	2	
	Создание бренда (графическое).	2	2	-	
	Создание концепции айдентики.	2	2	-	

	Разработка визуальной идентификации бренда и всех составляющих фирменного стиля.	2	2	-	
	Создание Brand-book.	2	-	2	
	Создание простейших рекламных продуктов для конкретного выбранного бренда.	2	-	2	
	Создание презентаций бренда.	2	-	2	
5.	Основы кинопроизводства				
	Эпоха немого кино.	2	2	-	
	История кинематографа.	2	2	-	
	Выявление особенностей целевой аудитории в разные эпохи	2	-	2	
	Определение сфер влияния кинематографа в разные эпохи.	2	-	2	
	Цветное кино. Виды кинематографа	2	2	-	
	Художественное и документальное кино.	2	2	-	
	Короткометражное кино.	2	2	-	
	Критерии качественного кино. Кинокрити-ки.	2	2	-	
	Кинофестивали и кинопремии. Критерии оценки.	2	-	2	
	Производственный цикл создания фильма.	2	2		
	Разбор технических особенностей съемки кино.	2	-	2	
	Кодекс Хейса – один из примеров критериев выпуска кино на широкие массы.	2	-	2	
	Роль продюсера.	2	2	-	
	Функционал группы при подготовке и на съемочной площадке.	2	2	-	
	Профессии кинематографа.	2	-	2	
	Технологические этапы современного кино-производства.	2	-	2	
	Создание короткометражного фильма «от и до». Съемочный период.	2	-	2	
	Монтажный период.	2	-	2	
	Озвучивание готового фильма.	2	-	2	
	Кинематографические школы.	2	-	2	
	Понятие «Питчинг». Подготовка к питчингу.	2	-	2	
Итого		216	96	120	