

Управление образования
администрации городского округа город Выкса

Муниципальное автономное учреждение дополнительного образования
«Центр молодежных инженерных и научных компетенций «Квант ОМК»

ПРИНЯТО
на Педагогическом совете
МАУ ДО «ЦМИНК «Квант ОМК»
Протокол № 1 от «12» января 2026 г.



УТВЕРЖДЕНО
Директор
МАУ ДО «ЦМИНК «Квант ОМК»
Блинова А.Н.
Приказ № 3 от «12» января 2026 г.

Дополнительная общеобразовательная
(общеразвивающая) программа
**«Медиапроизводство: текст и видео для работы
в социальных сетях»**

Направленность – социально-гуманитарная

Возраст детей с 12– 15 лет

Срок реализации – 16 часов

Автор-составитель:
Теребилов А.Е.
педагог дополнительного образования

г.о.г. Выкса
Нижегородская область
2026

Содержание программы

Раздел 1. Комплекс основных характеристик программы.....	2
1.1 Пояснительная записка	2
1.2 Учебный план	11
1.3 Содержание учебного плана	12
Раздел 2. Комплекс организационно-педагогических условий	14
2.1 Календарный учебный график	14
2.2 Формы аттестации и контроля.	14
2.3 Оценочные материалы.....	15
2.4 Методические материалы	17
2.5 Условия реализации программы.	18
2.6 Список литературы	20

Раздел 1. Комплекс основных характеристик программы

1.1 Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная(общеразвивающая) программа «Медиапроизводство: текст и видео для работы в социальных сетях» (далее - Программа) имеет социально – гуманитарную направленность и разработана для учащихся, заинтересованных в изучении современных медиакоммуникаций.

Программа разработана в соответствии со следующими **нормативно-правовыми документами:**

- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012г. №273 «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 14.07.2022г.);
- Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года (распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. № 678-р);
- Приказ Минпросвещения России от 27.07.2022г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015г. №09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»);
- Письмо Минобрнауки России от 29.03.2016г. №ВК-641/09 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по реализации адаптированных дополнительных общеобразовательных программ, способствующих социально-психологической реабилитации, профессиональному самоопределению детей с ограниченными возможностями здоровья, включая детей-инвалидов, с учетом их особых образовательных потребностей»);
- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020 №28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4. 3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

- СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»;

- Методические рекомендации по разработке (составлению) дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы ГБОУ ДПО НИРО;

- Минимальные требования к оказанию государственной услуги в социальной сфере по реализации дополнительных общеразвивающих программ, утвержденные приказом Министерства образования и науки Нижегородской области от 08.08.2025г., №316-01-63-1685/25;

- Устав МАУ ДО «ЦМИиНК «Квант ОМК» от 17.12.2025 г № 5154;

- Режим занятий учащихся в детских объединениях МАУ ДО «ЦМИиНК «Квант ОМК» от 12.01.2026 г.

Актуальность программы обусловлена запросом общества на подготовку медиаграмотных специалистов и необходимостью ранней профориентации учащихся.

Новизна программы состоит в ориентации тематического содержания, практических заданий и кейсов на взаимодействие с АО «ВМЗ» и профориентацией. Совместная работа образовательной системы с крупным производством дает возможность для практикоориентированного обучения детей и решения актуальных и реальных задач. Учащиеся примеряют на себя разные актуальные и высокооплачиваемые профессии: журналист, контент-менеджер, SMM-менеджер.

Активное участие детей в соревновательной и конкурсной деятельности поможет закрепить полученные навыки на реальных задачах и проявить свои творческие способности и создать ситуацию успеха, которая мотивирует школьников к дальнейшему самостоятельному изучению медиатехнологий. Участие в некоторых соревнованиях может дать дополнительные возможности при поступлении в высшие учебные заведения Российской Федерации. Также это помогает позиционировать образовательную организацию в общественности, делая более узнаваемой.

Отличительной особенностью программы является то, что тематические разделы, практические и кейсовые задания разработаны и ориентированы на

взаимодействие с крупным производственным партнером - Выксунским металлургическим заводом. Умение разрабатывать востребованный, актуальный и разноформатный контент поможет в дальнейшем выборе профессии в сфере медиа. А практика на производстве позволит более глубоко отточить полученные навыки и знания.

Педагогическая целесообразность программы заключается в том, что она использует естественные интересы подростков как инструмент для развития их интеллектуального, творческого и личностного потенциала, а также готовит их к вызовам современного цифрового мира.

Реализация программы «Медиапроизводство: текст и видео для работы в социальных сетях» отвечает запросам современного общества и возрастным особенностям подростков (12–15 лет).

1. Соответствие возрастным особенностям. Подростковый возраст характеризуется потребностью в самоутверждении, общении со сверстниками и поиске своего места в мире. Социальные сети являются для них естественной средой коммуникации. Программа позволяет направить этот интерес в конструктивное русло: вместо пассивного потребления контента обучающиеся становятся его осознанными создателями. Это способствует развитию рефлексии, критического мышления и формированию адекватной самооценки.

2. Развитие ключевых компетенций XXI века. Программа направлена на формирование функциональной грамотности и «гибких навыков» (*soft skills*), необходимых для успешной жизни в информационном обществе:

- **Креативность:** генерация идей для контента, создание уникальных текстов и видеоматериалов.

- **Коммуникация:** умение четко излагать мысли в письменной и устной форме, вести диалог с аудиторией.

- **Коллаборация:** работа над проектами в команде, распределение задач и достижение общего результата.

- **Критическое мышление:** анализ информации, проверка фактов, создание достоверного контента.

3. Профориентация и практическая направленность. Введение в профессию через практическую деятельность на примере реального предприятия (партнерство с АО «ВМЗ») делает обучение осмысленным. Учащиеся не просто осваивают абстрактные инструменты, а решают конкретную задачу — создание контента для действующего бизнеса. Это позволяет им «примерить» на себя профессию, понять её специфику и сделать более осознанный выбор будущей карьеры.

4. Формирование цифровой гигиены. В эпоху информационного шума и фейков крайне важно научить детей создавать и потреблять контент ответственно. Программа закладывает основы медиаграмотности: уважение к авторскому праву, этика сетевого общения, умение отличать достоверную информацию от ложной.

Адресат программы

Программа ориентирована на детей в возрасте **12–15 лет**, проявляющих интерес к созданию цифрового контента, социальным сетям и медиасфере.

Построение и уровень программы

Построение: Программа имеет модульную структуру.

Уровень: Программа является **вводной (стартовой)**. По окончании вводного модуля и прохождения аттестации, учащиеся могут быть рекомендованы к обучению на базовом уровне.

Объем и срок освоения

Общий объем: 16 часов.

Срок реализации: апрель – май 2026 г.

Особенности организации образовательного процесса

Форма обучения: очная.

Занятия проводятся 1 раз в неделю. Продолжительность занятия 2 академических часа по 45 минут с перерывом 10 мин. Кратность занятий и их продолжительность обосновывается режимом занятий, утвержденным МАУ ДО «ЦМИиНК «Квант ОМК»

Формы организации занятий: групповая.

Количество обучающихся в группе: до 10 человек.

Особые условия: при введении карантина или иных ограничений реализация программы возможна с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ) и электронного обучения (ЭО) в полном объеме.

Цель и задачи программы

Цель программы: формирование у обучающихся социально значимых компетенций, практических навыков медиапроизводства и основ проектной культуры посредством решения кейсовых задач от индустриального партнера (АО «ВМЗ») для успешной профориентации и дальнейшего самоопределения.

Задачи программы

Обучающие задачи

- Освоить терминологический аппарат в сферах контент-маркетинга, копирайтинга и проектной деятельности.
- Познакомить с актуальными профессиями в области SMM и медиа на примере деятельности индустриального партнёра.
- Изучить алгоритм взаимодействия с заказчиком: анализ брифа, ведение диалога, аргументация решений.
- Овладеть навыками написания текстов для социальных сетей, сторителлинга и создания вовлекающего контента.
- Научить разрабатывать контент-план для различных платформ и сегментов целевой аудитории.
- Освоить основы анализа целевой аудитории и продвижения бренда через текстовый контент.

Развивающие задачи

- Развивать навыки командной работы, распределения ролей и совместного выполнения проектных заданий.
- Сформировать умение планировать учебную и проектную деятельность, ставить цели и самостоятельно оценивать результат.
- Развивать критическое мышление: поиск, анализ информации (фактчекинг), аргументация собственной точки зрения в текстовой форме.

- Научить публично представлять и защищать результаты своей работы (презентация контент-плана или написанного текста).
- Способствовать развитию способности принимать решения и корректировать ход работы над проектом.

Воспитательные задачи

- Сформировать навыки самоорганизации, самодисциплины и ответственности за конечный результат.
- Развить коммуникативную культуру: умение вести конструктивный диалог, слушать собеседника, разрешать конфликтные ситуации.

Результаты обучения по программе

В результате освоения программы обучающиеся достигают следующих результатов:

Обучающие результаты

По окончании обучения дети будут знать:

- Терминологию в области контент-маркетинга, копирайтинга и проектной деятельности.
- Как писать тексты для социальных сетей (посты, сторителлинг) с учётом специфики площадки и целевой аудитории.
- Как анализировать бриф, ведения диалога с заказчиком, аргументации текстовых решений.
- Как разрабатывать контент-план и создавать релевантный контент для продвижения бренда.
- Основы анализа целевой аудитории и принципов продвижения через текстовый контент.
- Об актуальных профессиях в сфере медиа и SMM.

Развивающие результаты

- Как работать в команде, распределять роли, совместно выполнять проектные задания.
- Как планировать деятельность, постановку целей, самооценку результатов.
- Демонстрация критического мышления: поиск, анализ информации, аргументация своей точки зрения.

- Как публично презентовать и защищать результаты своей работы (например, готовый контент-план или написанный текст).
- Как принимать решения и корректировать ход работы над проектом для достижения лучшего результата.

Воспитательные результаты

- Проявление ответственности, самодисциплины, навыков самоорганизации при выполнении заданий.
- Высокий уровень коммуникативной культуры: умение вести конструктивный диалог, разрешать разногласия.

Воспитательный компонент программы

Цель воспитательной работы: формирование социально ответственной, коммуникативной и целеустремленной личности, готовой к командному взаимодействию, саморазвитию и осознанному выбору профессии в цифровой среде.

Задачи воспитательной работы:

1. В области нравственного и гражданского воспитания:

- Формировать культуру цифрового общения, уважение к чужому интеллектуальному труду (авторскому праву) и сетевому этикету.
- Воспитывать уважение к труду, дисциплину и ответственность за результат своей работы.
- Формировать гражданскую позицию и чувство сопричастности к жизни родного города через решение задач для реального предприятия (АО «ВМЗ»).

2. В области социального развития:

- Развивать навыки эффективной командной работы, умение распределять роли, договариваться и разрешать конфликты.
- Формировать навыки публичных выступлений и уверенной презентации своих идей и проектов.

3. В области личностного роста:

- Развивать самостоятельность, инициативность, настойчивость в достижении цели и навыки самоорганизации.
- Способствовать развитию креативности и критического мышления.

Результаты воспитательной работы

1. В области формирования гражданской позиции и нравственности:

- У обучающихся **сформирована** культура цифрового общения, понимание и уважение к авторскому праву, а также навыки соблюдения сетевого этикета.
- Воспитаны ответственность, трудовая дисциплина и понимание ценности качественного выполнения работы.
- **Сформировано** чувство сопричастности к жизни родного города и уважение к деятельности индустриального партнера (АО «ВМЗ»).

2. В области социального развития:

- **Развиты** навыки эффективной командной работы: обучающиеся умеют распределять роли, договариваться и конструктивно разрешать конфликты при выполнении групповых задач.
- **Сформированы** навыки публичных выступлений и уверенной презентации своих идей и проектов перед аудиторией.

3. В области личностного роста:

- **Развиты** самостоятельность, инициативность, настойчивость в достижении целей и навыки самоорганизации собственной деятельности.
- **Развиты** креативность при решении нестандартных задач и навыки критического мышления для анализа информации.

Формы проведения воспитательных мероприятий

- **Групповая работа:** Выполнение кейсов и проектов в командах.
- **Проектная деятельность:** Создание контента для социальных сетей (например, для аккаунтов завода).
- **Публичная защита проектов:** Мини-конференции, презентации работ перед группой, педагогами и (по возможности) представителями предприятия.

- **Дискуссии:** Обсуждение тем «Этика в интернете», «Фейковые новости», «Профессии будущего».

Методы воспитательного воздействия

- **Метод проектов:** Создание ситуации успеха и личной ответственности за общий результат команды.

- **Создание ситуации успеха:** Педагогическая поддержка, дозированная помощь, позволяющая ребенку поверить в свои силы.

- **Рефлексия:** Обсуждение не только технических аспектов выполненной работы, но и процесса взаимодействия в команде, возникших трудностей и способов их преодоления.

- **Метод примера:** Анализ успешных кейсов, приглашение специалистов в сфере медиа (онлайн/офлайн)

1.2 Учебный план

№ п/п	Наименование разделов	Количество часов			Формы контроля и аттестации
		Вс его	Те ория	Практ ика	
1.	Введение в специфику медиауправления. Разбор целевой аудитории.	4	1	3	Устный опрос
2.	Основы контент-маркетинга. Создание контент- плана.	4	1	3	Устный опрос
3.	Навыки копирайтинга. Промышленный копирайтинг.	4	1	3	Деловая игра
4.	Итоговое занятие. Аттестация.	4	-	4	Защита проекта.
	Итого:	16	3	13	

1.3 Содержание учебного плана

Раздел 1. Введение в медианаправление и анализ целевой аудитории (4 часа)

Тема 1. Введение в медианаправление (2 часа)

Теория: Инструктаж по технике безопасности. Значение медиа и медиаконтента для бизнеса и общества. Знакомство с программой, целями и задачами курса.

Практика: Игровые упражнения на знакомство и командообразование («ледоколы»).

Тема 2. Целевая аудитория (ЦА) (2 часа)

Теория: Что такое ЦА. Параметры выявления целевых групп. Составление портрета ЦА. Введение в кейс АО «ВМЗ».

Практика: Решение кейса «Целевая аудитория АО "ВМЗ"». Работа с онлайн-сервисами (например, mindmeister.com) для визуализации портретов ЦА.

Раздел 2. Основы контент-маркетинга (4 часа)

Тема 3. Введение в контент-маркетинг (2 часа)

Теория: Что такое контент-маркетинг и зачем он нужен бизнесу. Виды и форматы контента. Понятие контент-плана.

Практика: Анализ аккаунтов в социальных сетях (разных сфер) с целью выявления форматов контента и стиля общения.

Тема 4. Создание контент-плана (2 часа)

Теория: Структура контент-плана. Метод «Матрица контента». Особенности публикаций для разных социальных сетей.

Практика: Решение кейса «Создание контент-плана для АО "ВМЗ"». Определение рубрик, стиля общения и тем публикаций.

Раздел 3. Навыки копирайтинга (4 часа)

Тема 5. Основы копирайтинга для соцсетей (2 часа)

Теория: Что такое копирайтинг. Схемы написания текстов для постов: заголовок, структура, призыв к действию (СТА).

Практика: Тренировка написания текстов на заданные темы. Совместный разбор ошибок.

Тема 6. Промышленный копирайтинг (2 часа)

Теория: Сторителлинг, Tone of Voice (голос бренда). Адаптация текста под конкретную целевую аудиторию.

Практика: Работа над кейсом «Промышленный копирайтинг». Написание текстов постов для контент-плана АО «ВМЗ» на основе разработанной стратегии.

Раздел 4. Итоговое занятие: защита проекта (4 часа)**Тема 7. Подготовка и защита итогового проекта (4 часа)****Практика:**

1. Подготовка презентации итогового проекта (защита разработанного контент-плана и написанных текстов).
2. Репетиция выступления.
3. Публичная защита проекта перед группой и наставником.
4. Рефлексия по итогам обучения, сбор обратной связи.

Раздел 2. Комплекс организационно-педагогических условий

2.1 Календарный учебный график

Дата начала обучения по программе	Дата окончания обучения по программе	Каникулярный период	Дата промежуточной аттестации	Всего учебных недель	Количество учебных часов	Режим занятий
01.04.2026г.	31.05.2026г.	с 01.06.2026г. по 31.08.2026г.	Защита проекта в рамках последнего занятия	8 недель (включая перенос занятия)	16 часов (8 занятий по 2 часа).	1 раз в неделю по 2 часа

2.2 Формы аттестации и контроля.

Контроль освоения программы «Медиапроизводство: текст и видео для работы в социальных сетях» осуществляется в двух формах: текущий контроль и промежуточная аттестация.

1. Текущий контроль (осуществляется на каждом занятии)

Цель текущего контроля — проверка усвоения теоретического материала и правильности выполнения практических заданий.

- **Педагогическое наблюдение:** визуальная оценка вовлеченности обучающегося в процесс, его активности при работе в команде и взаимодействия с педагогом.
- **Проверка выполнения практического задания:** основной метод контроля. Педагог проверяет созданный контент (текст поста, структуру контент-плана) на соответствие техническому заданию и заявленным критериям.
- **Устный опрос и обсуждение:** краткий опрос по теоретическому материалу в начале или конце занятия, а также обсуждение хода выполнения задания.

- **Входной контроль (на первом занятии):** проводится в форме беседы для определения исходного уровня знаний обучающихся о медиа и их ожиданий от курса.

2. Промежуточная аттестация (проводится на последнем занятии)

Цель — комплексная оценка уровня сформированности компетенций по итогам освоения всей программы.

- **Форма проведения:** Публичная защита итогового проекта.
- **Процедура:**
 1. Обучающийся (или группа) представляет готовый проект: разработанный контент-план и написанные тексты постов для АО «ВМЗ».
 2. Защита включает презентацию (объяснение логики выбора тем, стиля общения, целевой аудитории).
 3. Ответы на вопросы педагога и аудитории.

2.3 Оценочные материалы

Раздел	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
«Анализ целевой аудитории (ЦА)»	<i>Устный опрос</i>		
	Кейс не выполнен, поставленные цели в задании не выполнены, низкая посещаемость занятий обучающимся	Учащийся выполнил основные цели кейса, но проект требуется доработать, посещаемость занятий более 50%;	Кейс носил творческий и самостоятельный характер, работа выполнена полностью, качественно и в поставленные сроки, обучающийся

			посетил более 80 % занятий
«Контент-план»	<i>Деловая игра</i>		
	Кейс не выполнен, поставленные цели в задании не выполнены, низкая посещаемость занятий обучающимся	Учащийся выполнил основные цели кейса, но проект требуется доработать, посещаемость занятий более 50%;	Кейс носил творческий и самостоятельный характер, работа выполнена полностью, качественно и в поставленные сроки, обучающийся посетил более 80 % занятий
«Копирайтинг»	<i>Устный опрос</i>		
	Кейс не выполнен, поставленные цели в задании не выполнены, низкая посещаемость занятий обучающимся	Учащийся выполнил основные цели кейса, но проект требуется доработать, посещаемость занятий более 50%	Кейс носил творческий и самостоятельный характер, работа выполнена полностью, качественно и в поставленные сроки, обучающийся посетил более 80 % занятий

2.4 Методические материалы

В учебном процессе используются комбинированные формы проведения занятия. В основе лежит кейсовый и проектный метод. Кейсы составлены на основе пройденных тем и задач, предусмотренных образовательной программой и заказчиком - Выксунским металлургическим заводом. При их проектировании учтены также возрастные особенности детей. Материал излагается и закрепляется с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Кейсовые задания представлены в приложении.

В ходе реализации программы используются следующие *методы обучения*:

- информационно-рецептивный;
- эвристический;
- исследовательский;
- проектный;
- кейсовый;
- коллективное обсуждение темы (мозговой штурм)
- деловая игра.

Формы организации образовательного процесса: групповая, индивидуальная, работа в парах.

Формы организации учебного процесса:

- индивидуальная работа;
- практическое занятие;
- экскурсия;
- участие в конкурсах и соревнованиях;
- обсуждение и лекция;

Используемые педагогические технологии:

- игровая технология;
- проблемное изложение;
- исследовательская технология;
- самостоятельная работа;
- проблемное обучение;
- разноуровневое обучение.

Алгоритм учебного занятия:

- 1) Актуализация знаний;
- 2) Целеполагание
- 3) Новый теоретический материал
- 4) Практическое закрепление
- 5) Подведение итогов. Рефлексия

Структура занятия может видоизменяться в зависимости от цели занятия, а также других факторов, которые возникают в учебной деятельности.

Используемые дидактические материалы: презентация, учебники, видео- и аудио- и фото-материалы, интернет-ресурсы, техническая документация к оборудованию, техническое оснащение квантума.

2.5 Условия реализации программы.

Учебный кабинет оснащен необходимым оборудованием и материалами на группу из 10 человек. Занятия проводятся в кабинете, оборудованном согласно санитарно-эпидемиологическим правилам и нормативам Санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи» (утв. Главным государственным санитарным врачом РФ от 28.09.2020 г. № 28).

Материально-методическое обеспечение

Рекомендуемое оборудование, рассчитано на группу из 10 учащихся.

Наименование	Ко л-во
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	
Сетевой фильтр - удлинитель Defender 5 розеток с заземлением, 10 метров	3
Маркеры на водной основе для доски	3

Внешний жесткий диск, 1тб	2
Губка для маркерной доски	3
ОБОРУДОВАНИЕ	
Ноутбук Dell G3-3590 Core i5-9300H 15,6" FHD IPS AG Narrow Border8GB, 512 GB SSDD, GTX 1660 Ti (6GB CDD	11
Беспроводная мышка для компьютера со встроенным аккумулятором	11

2.6 Список литературы

Нормативные правовые акты

- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012г. №273 «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 14.07.2022г.);
- Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года (распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. № 678-р);
- Приказ Минпросвещения России от 27.07.2022г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015г. №09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»);
- Письмо Минобрнауки России от 29.03.2016г. №ВК-641/09 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по реализации адаптированных дополнительных общеобразовательных программ, способствующих социально-психологической реабилитации, профессиональному самоопределению детей с ограниченными возможностями здоровья, включая детей-инвалидов, с учетом их особых образовательных потребностей»);
- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020 №28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4. 3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;
- СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»;
- Методические рекомендации по разработке (составлению) дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы ГБОУ ДПО НИРО;
- Минимальные требования к оказанию государственной услуги в социальной сфере по реализации дополнительных общеразвивающих программ, утвержденные

приказом Министерства образования и науки Нижегородской области от 08.08.2025г., №316-01-63-1685/25;

- Устав МАУ ДО «ЦМИиНК «Квант ОМК» от 17.12.2025 г № 5154;

- Режим занятий учащихся в детских объединениях МАУ ДО «ЦМИиНК «Квант ОМК» от 12.01.2026 г.

Литература для педагога

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика / Е. А. Баранова. — Люберцы : Юрайт, 2016. — 269 с.
2. Бернадский, С. Л. Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя / С. Л. Бернадский. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 192 с.
3. Валладарес, Д. Ремесло копирайтинга / Д. Валладарес ; пер. с англ. — Санкт-Петербург : Питер, 2005. — 272 с.
4. Качкаевой, А. Г. 2010 «Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные»
5. Олешко Е. В. 2017 «Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности»
6. Роуз, Р. Управление контент-маркетингом: Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса / Р. Роуз, Д. Пулици ; пер. с англ. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 221 с.
7. Фоллс, Д. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном = Social Media Marketing : The Next Generation of Business Engagement / Д. Фоллс, Э. Декерс. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 336 с. — ISBN 978-5-91657-371-3.

Литература для учащихся и родителей

8. Гитомер, Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать = Social Media Marketing for Dummies / Дж. Гитомер. — Санкт-Петербург: Питер, 2012. — 192 с. — ISBN 978-5-459-01287-7.

9. Ильяхов, М. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст / М. Ильяхов, Л. Сарычева. — Москва : Альпина Паблишер, 2018. — 440 с. — ISBN 978-5-9614-6526-6.
10. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 240 с. — ISBN 978-5-91657-744-5.
11. Фоллс, Д. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном = Social Media Marketing : The Next Generation of Business Engagement / Д. Фоллс, Э. Декерс. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 336 с. — ISBN 978-5-91657-371-3.

Интернет-ресурсы

12. **Главред** : [сайт]. — URL: <https://glvrd.ru> (дата обращения: 08.04.2026).
13. **TexTerra**: блог об интернет-маркетинге : [сайт]. — URL: <https://texterra.ru> (дата обращения: 08.04.2026).
14. **Нетология «Основы работы с текстом»** - https://netology.ru/programs/rabota_s_kontentom
15. **Skillbox - «Копирайтер с нуля до PRO**
- <https://www.klerk.ru/blogs/gdekurs/628286/>

Кейсовые задания

Эти задания помогут отработать на практике всё, что вы изучили в разделах вводного модуля, а также помогут развить навыки ведения работы над проектом и организации процесса.

Во время решения кейса обратите внимание на групповое взаимодействие — гораздо интереснее и практичнее работать в команде, а не по одному. Задавайте вопросы, обсуждайте, планируйте - в общем делайте все вместе!

Кстати, напомним, что это задание вы делаете не для оценки. А для того, чтобы получить новый опыт, закрепить знания, поработать в команде и решить проблему заказчика. Это поможет вам в дальнейшем (особенно в создании личного портфолио для продвижения в профессиональной сфере и прохождении отбора на тематические смены в лагерях и конкурсах) .

1) Кейс “ЦА “АО “ВМЗ”

Принимай поздравление! Это твой первый кейс в медиа!

Пояснение: Для создания медиаконтента необходимо знание целевой аудитории. В городе Выкса проживают активные жители, на производстве трудятся сотрудники, а в сообществах в социальных сетях подписчики следят за обновлениями на предприятии. Поэтому важно подробно описать основную и косвенную группы, заинтересованные в получении информации о жизни Выксунского металлургического завода. Это поможет определить цели и задачи контента, сформировать дальнейшую стратегию продвижения:

1. Поделитесь на небольшие группы по 2-3 человека.

2. Распределите обязанности, чтобы понимать, кто будет вести таблицу критериев, расписывать основную либо косвенную группу ЦА.

3. Постарайтесь воспользоваться изученным материалом и подробно описать ЦА по критериям, в которые обязательно необходимо включить:

- пол;

- возраст;
- уровень образования;
- уровень доходов;
- семейный статус;
- профессию и место работы;
- род деятельности;
- географию проживания;
- ценности;
- проблемы, запросы, потребности и т.д.

Важно! Именно с ЦА, выявленной по данному кейсу вам и придется осуществлять работу, создавая медиаконтент. Упростите себе задачу на дальнейших этапах, чтобы постоянно пользоваться результатами проведенного анализа.

2) Кейс “Создание контент-плана”

Пояснение: На данный момент мы уже имеем подробную характеристику целевой аудитории. Но как быть с темами публикаций, которые будут интересны зрителям?

Для ответственного ведения сообщества каждый профессиональный медийщик ведет матрицу контента, которая позволяет без траты главного ресурса - времени, выдавать актуальную информацию, удовлетворяя потребности подписчиков.

1. Поделитесь на небольшие группы по 2-3 человека.
2. Сформируйте электронную таблицу, в которой удобно будет работать и впоследствии будет удобно использовать.
3. В первой части работы сгенерируйте темы для публикаций, в соответствии с актуальным календарём, интересами ЦА, просьбами заказчика и трендами социальных сетей.
4. Во второй части работы необходимо понять, в каком формате будет представлена каждая тематика в матрице контента.
5. После небольшого отдыха еще раз вернитесь к созданной таблице. Возможно ли на данный момент распределить приоритетность публикаций? Если да - то постарайтесь выполнить данный пункт.

Подсказка! При возникновении проблемы на этапе генерации контента можно составить дайджест, посты о взаимодействии сотрудников и руководства, интервью с представителем профессии, ответы на популярные вопросы о производстве, советы эксперта, профориентационный блок, инфографику и т.д.

Важно! Данная матрица контента будет необходима для реализации последующего кейса, поэтому при работе постарайтесь заложить личный интерес при дальнейшем сборе информации по сформулированным тематикам!

3) Кейс “Промышленный копирайтинг”

Пояснение: Для удержания внимания аудитории вы уже разобрали инструменты, которые могут в этом помочь: tone of voice, знания о размерах текста, о привлекательности заголовка и т.п.

А особенности производства позволяют предположить, что процесс работы цехов не совсем понятен для подписчиков. Поэтому на помощь приходит промышленный копирайтинг, позволяющий рассказывать простым слогом о сложных вещах.

1. Данный кейс необходимо выполнить индивидуально, чтобы при разборе ошибок сделать выводы и не возвращаться к ним в дальнейшем.
2. Выбери три разноплановых тематики из созданной матрицы контента.
3. Собери материал, необходимый для написания постов.
4. Не забывай пользоваться ресурсами по редактированию текста, это поможет минимизировать общение с наставником и выполнить работу самостоятельно.
5. После составления поста предоставь возможность ознакомиться с ним твоим близким людям. Понятен ли им смысл текста? Есть ли желание прочитать пост до конца?

Выслушай обратную связь от близких и далее передай работу наставнику!

Не бойся критики! Конструктивная критика поможет улучшить результат копирайтинга и сделать посты интересными для аудитории сообщества, приблизив выполнение задач от заказчика. Тебе хотят искренне помочь, а не принизить выполненную работу!