

**Приложение №1**  
к ООП СОО  
Утверждено приказом  
по МАОУ СОШ № 100  
от 31.08.2022 №186

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**Факультативного курса**  
**«Информационные технологии в медиадизайне»**  
**(10-11 классы)**

**2022**

## **1. Планируемые результаты освоения учебного курса Личностные:**

- 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:**

- умение планировать, контролировать и оценивать учебные действия в соответствии с поставленной задачей и условием её реализации;
- продуктивно сотрудничать (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:**

- оперировать базовыми понятиями информационных технологий и медиатехнологий;
- осуществлять контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках медиакомпаний;
- 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. Характеристика работы медиарынка и его отличительные особенности 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 интернетсайтов.

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. Медиабит. 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
<b>I. Введение в предмет</b>		
1.	Вводное занятие (роль информационных технологий в развитии медиасферы и общества)	2
2.	Понятие дизайна, его виды, специфика и терминология	3
3.	История предметов быта, технологий и технических достижений	4
4.	История развития технологий в медиасфере. Их современное состояние	3
<b>II. Первичные навыки дизайна</b>		
5.	Основные правила композиции	4
6.	Понятие формы, соотношение форм в дизайне	3
7.	Стилизация	3
8.	Цвет в дизайне	4
9.	Шрифт как необходимый элемент и выразительное средство художественного проекта	4
10.	Графический дизайн. Художественная коммуникация от книги до компьютера (с использованием ИКТ)	4
<b>III. Основные технологические процессы современного медиапроизводства</b>		
11.	Специфика работы современных медиакомпаний	2
12.	Визуальные коммуникации и аспекты современного восприятия визуальной информации	3
13.	Мультисенсорность и современные медиа; анализ современных проектных решений медиа-дизайна	3
14.	Современные требования к медиа-дизайну и потребительские ожидания от мультимедиа-продукции	2
15.	Отечественная практика создания объектов медиа-дизайна	3
16.	Компьютерные технологии	4
17.	Производство книжной и журнальной продукции	4
18.	Реклама. Особенности размещения. Принципы распространения. Типы рекламы	5
19.	Медиа-дизайн в контексте окружающей мультимедиа-среды	2
20.	Социальный резонанс продуктов медиа-дизайна	2
	<b>Итого</b>	<b>64</b>