

Министерство образования края
Филиал АНО ДТ «Красноярский «Кванториум» в г. Норильске
«Центр цифрового образования детей IT-Куб г. Норильск»

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методического совета

 Н.В. Грицюк

протокол № 12

от «3» июня 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор филиала

 Е. А. Дыптан

Приказ № 02-02-59

от «3» июня 2024 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА НА 2024– 2025 уч. год**
технической направленности
«Медиастарт»

Форма реализации программы – очная

Срок реализации – 1 год

Возраст обучающихся – 14-17 лет

Составитель программы:

Цимбалюк Александр Сергеевич,

педагог дополнительного образования

г. Норильск, 2024 г.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиаарт» имеет техническую направленность и разработана в соответствии с основными нормативно-правовыми документами: Федеральным Законом «Об образовании» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ; Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам от 09.11.2018 г. № 196; Целевой моделью развития региональных систем дополнительного образования детей от 03.09.2019 г. № 467; Концепцией развития дополнительного образования детей до 2030 года утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.03.2022 №678-р; Санитарно-эпидемиологическими требованиями к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи от 28.09.2020 г. № 28.

Уровень программы – стартовый. Освоение программного материала данного уровня предполагает получение учащимися первоначальных знаний в области медиа и информационных технологий. Данная программа знакомит обучающихся с основными концепциями медиа и интернета, позволяя освоить базовые навыки создания медийного контента с использованием простых инструментов, а также написания и форматирования текста для онлайн-публикаций. В рамках данного курса предусмотрено использование общепринятых и универсальных методов структурирования информации, а также материала с минимальной сложностью.

1.1. НОВИЗНА ДООП

Основной новизной является углубленное изучение методов создания материала для социальных платформ. В программе предусмотрено использование инновационного метода обучения, основанного на применении алгоритмического подхода к созданию контента для социальных сетей. Этот метод предполагает использование специальных алгоритмов и инструментов, которые помогают анализировать данные о предпочтениях и интересах аудитории, а также создавать контент, оптимально адаптированный под эти данные.

Обучение по программе «Медиаарт» способствует формированию и закреплению необходимых теоретических знаний и практических навыков в сфере современных медиа, а также способствует адаптации детей к общению и безопасному использованию возможностей сети Интернет, пониманию принципов функционирования медиасреды, особенностей передачи информации и ее восприятия.

1.2. АКТУАЛЬНОСТЬ ДООП

Актуальность программы «Медиаарт» обусловлена высоким спросом на навыки управления контентом в социальных сетях. В современном обществе, где цифровые навыки становятся всё более важными, умение эффективно обрабатывать информацию и создавать контент становится необходимостью. В условиях функционирования современного

информационного общества актуально со школьной скамьи готовить объективного медиапользователя, который владеет навыками медиаграмотности (умеет искать и использовать информацию, понимать и оценивать медиа, производить медиаконтент и распространять его с учетом требований законодательства). Актуальность программы «Медиаарт» заключается в создании условий для реализации творческого потенциала детей с учетом ускоренного развития современных информационных и медийных технологий.

Программа «Медиаарт» помогает развить критическое мышление, аналитические способности и умение адаптироваться к быстро меняющейся информационной среде. Эти навыки являются ключевыми в современном мире и могут оказаться полезными в различных сферах деятельности.

1.3. ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ

Педагогическая целесообразность программы «Медиаарт» заключается в использовании методов, способствующих достижению оптимальных результатов в обучении управлению информацией в социальных сетях. Программа разработана с учетом принципа поэтапного обучения, начиная с освоения базовых понятий и заканчивая более сложными навыками. В процессе обучения активно применяются интерактивные методы, такие как групповая работа, обсуждение кейсов и коллективное решение задач. Это способствует не только усвоению теоретического материала, но и развитию коммуникативных навыков и способностей к совместной работе.

Особое внимание уделяется использованию современных образовательных технологий, таких как онлайн ресурсы и интерактивные платформы. Это позволяет сделать обучение более доступным и гибким, а также обеспечить индивидуализацию образовательного процесса. Программа «Медиаарт» стремится к тому, чтобы обучение было не только эффективным, но и интересным для учеников, мотивируя их к активному участию и саморазвитию в сфере медиа и информационных технологий.

При разработке программы учитывались следующие психофизиологические особенности потенциальных обучающихся:

- необходимость в осознании личной и профессиональной идентичности, а также планировании своего будущего;
- тенденция к саморефлексии и пониманию собственного мировоззрения;
- желание развиваться как личность и осознавать свои возможности в выборе карьеры и жизненных позиций;
- способность к аналитическому мышлению и независимость в выборе учебного материала.

Данная образовательная программа направлена на решение следующих актуальных педагогических задач:

- стимулирование развития креативного мышления и аналитических способностей учащихся;

- формирование ключевых навыков работы с медиа-инструментами и создания контента;
- поддержка интереса обучающихся к участию в мероприятиях и проектах, связанных с медиа и информационными технологиями;
- повышение мотивации и самооценки учащихся через достижение успехов в создании и управлении медийным контентом.

Применение структурированных и последовательных методов обучения с акцентом на практическое применение знаний позволяет учащимся самостоятельно мыслить, принимать обоснованные решения и развивать навыки креативного выражения. Реализация программы «Медиаарт» способствует активизации учебной деятельности, повышению интереса к обучению и развитию личностных качеств учащихся.

Реализация программы «Медиаарт» носит практико-ориентированный характер, так как особенности работы в медиасреде рассматриваются на примере материалов (публикаций, сюжетов, фотопроектов), созданных самими участниками курса. В рамках индивидуальной и командной работы в группах, обучающиеся получают навыки создания и оценки медиатекста в различных жанрах с учетом интересов и потребностей целевой аудитории и формата социального медиа, где будет размещаться контент.

1.4. ЦЕЛЬ ДООП

Цель программы — формирование у обучающихся навыков эффективного управления информацией в социальных сетях и развитие креативного мышления для успешного создания и продвижения контента.

Задачи программы:

- освоение основных принципов создания контента и понимание его структуры;
- развитие умений анализа информации и формирование критического мышления при взаимодействии с медийным контентом;
- приобщение к этическим и юридическим аспектам ведения аккаунтов в социальных сетях;
- формирование навыков планирования и реализации медийных проектов;
- участие в конкурсах и мероприятиях, связанных с созданием медийного контента;
- укрепление уверенности в собственных возможностях и развитие коммуникативных навыков для успешной презентации и продвижения контента;
- знакомство с современными тенденциями и инновациями в сфере социальных медиа;
- формирование навыков саморегуляции и самоорганизации при работе с медийными ресурсами.

1.5. ВОЗРАСТ ОБУЧАЮЩИХСЯ, УЧАСТВУЮЩИХ В ДООП

Программа «Медиастрарт» рассчитана на обучающихся 14-17 лет.

1.6. УСЛОВИЯ ВХОЖДЕНИЯ В ДООП

Набор на программу осуществляется в соответствии с Положением о наборе в Филиал АНО ДТ «Красноярский «Кванториум» в г. Норильске.

Для поступления не требуется обладание специализированными навыками и умениями. Основные критерии отбора определяются на основе мотивации и интереса к сфере медиа и социальных сетей. Поступление осуществляется по результатам очного собеседования, где анализируются личные мотивации, интересы и готовность к обучению в данной области.

1.7. СРОК РЕАЛИЗАЦИИ ДООП

Программа рассчитана на 1 учебный год. Нагрузка на обучающегося составляет 144 часа за весь период обучения.

1.8. РЕЖИМ ЗАНЯТИЙ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Учебные занятия проходят в очной форме. Режим занятий – 2 раза в неделю по 2 академических часа (1 академический час - 40 минут) с обязательным перерывом.

Формы проведения занятий: групповые и индивидуальные дискуссии, практические упражнения, самостоятельная и групповая работа над проектами, а также мастер-классы и викторины для проверки знаний. Этот разнообразный подход к обучению помогает стимулировать интерес обучающихся и активизировать их познавательную деятельность, развивая при этом разносторонние навыки работы в медийной среде. Программой предусмотрены **методы обучения:** объяснительные лекции и презентации, групповые обсуждения, интерактивные упражнения и игры, практические занятия с примерами из реальной жизни, творческие проекты и задания, индивидуальные консультации и самостоятельная работа, викторины и тестирование для оценки знаний, а также использование кейсов и ситуационных задач.

В программе предусмотрены различные **методы работы с обучающимися:**

- интерактивные лекции: активное взаимодействие с учащимися через использование презентаций, видео и аудиоматериалов для привлечения внимания и стимулирования интереса к теме;
- практические занятия: обучение практическим навыкам и умениям через выполнение заданий, кейсов, ролевых игр и других практических упражнений;
- проектная деятельность: выполнение проектов, которые позволяют учащимся применять полученные знания и навыки на практике, развивать творческое мышление и работать в команде;

- групповые обсуждения: стимулирование обмена мнениями, развитие аргументации и критического мышления через обсуждение вопросов;
- индивидуальные консультации: предоставление возможности для индивидуального общения с преподавателем для решения вопросов и уточнения материала;
- использование современных образовательных технологий: интеграция интерактивных онлайн-платформ, мультимедийных материалов, виртуальной и дополненной реальности для более эффективного обучения и вовлечения учащихся.

Эти методы и критерии позволяют создать разнообразную и интерактивную образовательную среду, способствующую эффективному усвоению знаний и развитию навыков учащихся в рамках программы

1.9. ОЖИДАЕМЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ЭФФЕКТЫ, СПОСОБЫ ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ И ОТСЛЕЖИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ

Обучающиеся будут уметь:

- самостоятельно создавать качественный медийный контент для различных социальных платформ, включая текстовый, графический и видеоконтент;
- анализировать информацию из различных источников, критически оценивать контент и разрабатывать эффективные стратегии его использования;
- пользоваться основными этическими и юридическими аспектами взаимодействия в социальных сетях и будут способны соблюдать соответствующие правила и политики;
- планировать и реализовывать медийные проекты, включая разработку контент-планов, создание рекламных кампаний и проведение аналитики эффективности;
- эффективно презентовать и продвигать свой контент, взаимодействуя с аудиторией в социальных сетях;
- ориентироваться в современных тенденциях и инновациях в сфере социальных медиа, уметь адаптироваться к изменяющимся условиям и технологиям;
- успешно управлять своим временем и ресурсами в цифровой среде.

Предметные результаты:

- сформировано понимание основных принципов и концепций медиа и социальных сетей;
- развиты навыки создания качественного медийного контента для различных платформ и аудиторий;
- усвоены технические навыки работы с инструментами для создания медиа;

- сформирована способность анализировать и оценивать медийный контент с точки зрения его качества, целевой аудитории и эффективности.

Метапредметные результаты:

- развито критическое мышление и умение анализировать информацию, представленную в различных медиаформатах.

Личностные результаты:

- умение эффективно взаимодействовать и коммуницировать с аудиторией через социальные сети и другие онлайн-платформы.

Способы предъявления и отслеживания результатов:

- практические проекты и задания, оцениваемые на основе качества и креативности медийного контента;
- тестирование и проверка знаний по основным понятиям и принципам медиа;
- анализ выполненных заданий и проектов с учетом поставленных целей и критериев успеха;
- оценка участия в дискуссиях, групповых проектах и других активностях, способствующих развитию навыков медиа.

Критериями оценки теоретических знаний являются: уровень понимания ключевых понятий в области медиа и коммуникаций, глубина анализа информации, способность к критическому мышлению, умение аргументировать свои мысли, а также навыки решения задач и выполнения проектов в данной области.

Критериями уровня овладения практическими умениями и навыками являются: уровень владения техническими инструментами медиапроизводства, способность применять теоретические знания на практике, эффективное взаимодействие с медийными технологиями и креативное решение задач в рамках проектной деятельности.

2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Тема занятия	Количество часов	
---	--------------	------------------	--

		Всего	Теория	Практика	Формы аттестации/контроля
Раздел 1. Популярные социальные сети: с чего начать? (28 часов)					
1.1	Введение в пространство медиапроизводства.	4	2	2	
1.2	Telegram: создание канала, чата. Обзор базового функционала.	7	2	5	
1.3	ВКонтакте: создание сообщества, обсуждений. Обзор базового функционала.	7	2	5	
1.4	YouTube: создание канала, обзор базового функционала.	8	3	5	
1.5	Текущий контроль по разделу "Популярные социальные сети: с чего начать."	2	1	1	Теоретическое тестирование, демонстрация оформленных каналов.
Раздел 2. Инструменты создания медиа: создание обложки (36 часов)					
2.1	Существующие инструменты создания контента: базовые приложения.	2	2	0	
2.2	PicsArt: обзор функционала, создание обложки.	8	2	6	
2.3	CapCut: обзор функционала, создание простых анимаций.	8	2	6	
2.4	Pixso: обзор инструмента, базовый функционал.	8	2	6	
2.5	Нейросети: использование технологий для создания контента.	8	2	6	
2.6	Текущий контроль по разделу "Инструменты создания медиа: создание обложки."	2	1	1	Теоретическое тестирование, создание обложки на выбранную тему.
Раздел 3. Правильное написание поста (24 часа)					
3.1	Основная структура поста в социальных сетях: определение темы, объема и целевой аудитории.	4	2	2	
3.2	Написание заголовков: как завлечь читателя?	4	2	2	

3.3	Какие бывают стили постов: разбор формата.	4	2	2	
3.4	Психологические уловки при создании контента.	4	2	2	
3.5	Нейросети: использование технологий для создания контента.	6	2	4	
3.6	Текущий контроль по разделу "Правильное написание поста"	2	1	1	Теоретическое тестирование, создание поста на выбранную тему.
Раздел 4. Создание видеоконтента (27 часов)					
4.1	Продвижение видео: платформы и инструменты.	3	2	1	
4.2	Мобильная съемка: ракурс, свет, передача атмосферы.	8	2	6	
4.3	CapCut: обзор функционала для монтажа видеоматериала, правильный подбор материала.	10	2	8	
4.4	Текущий контроль по разделу "Создание видеоконтента".	6	1	5	Создание видео на выбранную тему.
Раздел 5. Продвижение канала (15 часов)					
5.1	Выбор тематики канала: личный бренд.	2	1	1	
5.2	Определение целевой аудитории.	5	1	4	
5.3	Реклама: как она работает.	4	2	2	
5.4	Монетизация в различных соцсетях.	2	2	0	
5.5	Текущий контроль по разделу "Продвижение канала."	2	1	1	Теоретическое тестирование, демонстрация личного бренда.
Раздел 6. Полноценные проекты (14 часов)					
6.1	Мониторинг ведения каналов обучающихся: исправление ошибок.	10	3	7	
6.2	Самопрезентация: представление себя и своих социальных сетей.	4	2	2	
ИТОГО		144	51	93	

3. СОДЕРЖАНИЕ ДООП

Раздел 1. Популярные социальные сети: с чего начать? (28 часов)

Тема 1.1. Введение в пространство медиапроизводства (4 часа).

Теория: основные понятия и принципы; роль в информационном обществе; создание медиапродуктов; форматы и структура контента; ключевые тенденции и перспективы развития.

Практическая работа: обсуждение различного контента; работа с различными медиаформатами; анализ и оценка эффективности медиапродуктов.

Тема 1.2. Telegram: создание канала, чата. Обзор базового функционала (7 часов).

Теория: основы Telegram - история и цели приложения; функционал каналов и чатов; правила создания и настройки канала; роли и возможности администраторов; основные инструменты управления контентом и аудиторией.

Практическая работа: создание канала в Telegram; настройка основных параметров; добавление описания, изображения и другого контента; приглашение пользователей и управление подписчиками; обзор возможностей модерации и взаимодействия с аудиторией.

Тема 1.3. Вконтакте: создание сообщества, обсуждений. Обзор базового функционала (7 часов).

Теория: введение в социальную сеть "Вконтакте" - основные концепции и принципы работы; создание сообщества и его назначение; обзор основного функционала групп и обсуждений; роли и права участников сообщества; инструменты администрирования и модерации.

Практическая работа: Создание сообщества в социальной сети "Вконтакте"; настройка параметров группы, включая название, описание и обложку; управление участниками и правами доступа; создание обсуждений и модерация контента; анализ статистики и взаимодействие с участниками.

Тема 1.4. YouTube: создание канала, обзор базового функционала (8 часов).

Теория: основы платформы YouTube - ее роль и значение в современном медиaprостранстве; процесс создания канала на YouTube и его ключевые элементы, включая название, обложку, описание; обзор базового функционала канала, такого как загрузка видео, управление контентом, настройка параметров канала и комментариев.

Практическая работа: создание канала на YouTube; настройка основных параметров канала, включая информацию о канале, обложку и описание; загрузка видео на канал; управление контентом, включая настройку

приватности видео, добавление тегов и категорий; взаимодействие с аудиторией через комментарии и обратную связь.

Текущий контроль по разделу «Популярные социальные сети: с чего начать?»: теоретическое тестирование, демонстрация оформленных каналов.

Раздел 2. Инструменты создания медиа: создание обложки (36 часов)

Тема 2.1. Существующие инструменты создания контента: базовые приложения (2 часа).

Теория: обзор базовых приложений для создания контента, включая текстовые редакторы, графические редакторы, аудио- и видеоредакторы. Рассмотрение основных функций каждого приложения и их роли в процессе создания контента.

Практическая работа: использование базовых приложений для создания контента. Определение целей контента и выбор подходящего приложения. Работа с текстом, изображениями, аудио- и видеоматериалами с помощью соответствующих приложений. Создание и редактирование контента с учетом заданных целей и требований.

Тема 2.2. PicsArt: обзор функционала, создание обложки (8 часов).

Теория: обзор функционала графического редактора PicsArt, включая возможности работы с изображениями, фильтры, инструменты ретуши и монтажа. Основные функции программы для создания графического контента, такие как наложение слоев, рисование, добавление текста и эффектов.

Практическая работа: создание обложки с использованием графического редактора PicsArt. Выбор подходящего фона, добавление изображений и текста. Применение фильтров и эффектов для улучшения визуального восприятия. Работа с инструментами редактора для создания эффективного и привлекательного дизайна обложки.

Тема 2.3. CapCut: обзор функционала, создание простых анимаций (8 часов).

Теория: обзор функционала приложения CapCut, включающий возможности монтажа и создания видео. Рассмотрение основных инструментов редактирования, таких как обрезка, наложение эффектов, добавление музыки и текста. Изучение функций анимации и создания простых анимаций в видеоредакторе.

Практическая работа: создание простых анимаций с использованием приложения CapCut. Импорт видеоматериалов и выбор анимационных эффектов. Работа с временной шкалой для изменения порядка кадров и скорости анимации. Добавление текста и музыкального сопровождения. Редактирование анимаций с учетом требований к качеству и эстетике видеоконтента.

Тема 2.4. Pixso: обзор инструмента, базовый функционал (8 часов).

Теория: обзор инструмента Pixso, включающий его основные функции и возможности. Рассмотрение базового функционала приложения, такого как создание и редактирование изображений, применение фильтров и эффектов, настройка параметров изображения и другие основные инструменты редактирования.

Практическая работа: ознакомление с интерфейсом приложения Pixso и его основными инструментами. Создание простых графических работ, включая редактирование изображений, применение фильтров и эффектов, добавление текста и элементов дизайна. Освоение базовых навыков работы с графическим редактором Pixso для создания и редактирования контента.

Тема 2.5. Нейросети: использование технологий для создания контента (8 часов).

Теория: введение в тему нейросетей и их применение в создании контента. Рассмотрение основных принципов работы нейронных сетей, их типов и архитектур, а также методов обучения и применения для генерации контента, такого как изображения, тексты, музыка и видео. Обзор основных инструментов и платформ для работы с нейросетями в контексте создания контента.

Практическая работа: ознакомление с практическим применением нейросетей для создания контента. Исследование различных инструментов и библиотек машинного обучения, позволяющих использовать нейронные сети для генерации различных типов контента. Эксперименты с созданием контента с использованием нейросетей, включая обучение моделей, генерацию изображений, текстов, аудио и видео. Овладение основными техниками и методами работы с нейронными сетями в контексте создания контента.

Текущий контроль по разделу «Инструменты создания медиа: создание обложки»: теоретическое тестирование, создание обложки на выбранную тему.

Раздел 3. Правильное написание поста (24 часа)

Тема 3.1. Основная структура поста в социальных сетях: определение темы, объема и целевой аудитории (4 часа).

Теория: основы формирования поста в социальных сетях. Обсуждение процесса определения темы контента, учета его объема и адаптации под целевую аудиторию. Анализ ключевых аспектов каждого элемента структуры поста и их влияния на эффективность воздействия на целевую аудиторию.

Практическая работа: практические навыки разработки структуры поста в социальных сетях. Осуществление процесса выбора темы контента с учетом интересов и потребностей целевой аудитории. Разработка

оптимального объема контента для передачи информации или вызова реакции у аудитории. Изучение методов анализа целевой аудитории и применение полученных данных при создании постов.

Тема 3.2. Написание заголовков: как завлечь читателя? (4 часа).

Теория: основные принципы написания заголовков в социальных сетях. Рассмотрение методов привлечения внимания читателя, включая использование вопросов, проблем, удивительных фактов или решения проблемы. Анализ эмоционального воздействия заголовков на аудиторию и их влияние на привлечение внимания.

Практическая работа: разработка заголовков с учетом основных принципов привлечения внимания читателя. Практическое применение методов создания заголовков, направленных на вызов эмоционального отклика у аудитории и стимулирование интереса к контенту. Обсуждение эффективных стратегий и тактик для создания заголовков, способных привлечь внимание целевой аудитории и повысить вовлеченность.

Тема 3.3. Какие бывают стили постов: разбор формата (4 часа).

Теория: различные стили постов в социальных сетях и их характеристики. Рассмотрение основных типов стилей, таких как информационный, развлекательный, познавательный, мотивационный, визуальный и эмоциональный. Обсуждение особенностей каждого стиля, его преимуществ и способов эффективного использования для достижения целей в социальных медиа.

Практическая работа: анализ и создание постов в различных стилях. Практическое применение знаний о различных стилях в социальных сетях для разработки контентной стратегии. Разработка примеров постов для каждого стиля с учетом целей и потребностей целевой аудитории. Обсуждение эффективных методов и приемов работы с различными стилями для повышения эффективности коммуникации в социальных медиа.

Тема 3.4. Психологические уловки при создании контента (4 часа).

Теория: рассмотрение основных психологических уловок, используемых при создании контента в социальных сетях. Обсуждение таких приемов, как создание заголовков и описаний с акцентом на эмоциональные стимулы, использование визуальных элементов для привлечения внимания, применение психологических триггеров для вызова реакции у аудитории, таких как страх, любопытство, сопереживание и смех.

Практическая работа: применение психологических уловок в создании контента для социальных сетей. Проведение анализа успешных примеров контента с психологической точки зрения и выявление ключевых моментов, которые делают их привлекательными для аудитории. Разработка собственных контентных материалов с использованием выявленных психологических приемов и оценка их эффективности на практике. Обсуждение стратегий и тактик, позволяющих улучшить вовлеченность и

воздействие контента на аудиторию путем использования психологических уловок.

Тема 3.5. Нейросети: использование технологий для создания контента (6 часов).

Теория: рассмотрение принципов использования нейросетей в создании контента для социальных сетей. Обзор основных методов и техник, таких как генерация текста, изображений и видео с помощью нейронных сетей. Обсуждение преимуществ и ограничений использования таких технологий в контентном производстве, включая качество генерируемого контента, возможные проблемы с авторством и этические аспекты.

Практическая работа: практическое применение технологий нейронных сетей для создания контента в социальных сетях. Проведение демонстрации различных инструментов и платформ, позволяющих генерировать контент с использованием нейросетей, таких как AI-помощники для написания текстов, автоматизированные инструменты для создания изображений и видео. Обучение участников использованию этих инструментов для создания контентных материалов, анализ результатов и обсуждение возможных стратегий интеграции такого контента в социальные медиастратегии.

Текущий контроль по разделу «Правильное написание поста»: теоретическое тестирование, создание поста на выбранную тему.

Раздел 4. Создание видеоконтента. (27 часов)

Тема 4.1. Продвижение видео: платформы и инструменты (3 часа).

Теория: рассмотрение основных платформ и инструментов для продвижения видеоконтента в сети. Обзор популярных видеохостингов, их особенностей, а также социальных сетей, которые поддерживают видеоформат. Обсуждение ключевых моментов стратегии продвижения видео, таких как оптимизация контента под алгоритмы платформ, использование тегов, описаний, рекламных кампаний и сотрудничество с другими пользователями и платформами.

Практическая работа: практическое применение методов продвижения видеоконтента на различных платформах. Обучение участников использованию инструментов аналитики для отслеживания результата продвижения, анализа ключевых показателей эффективности и коррекции стратегии в зависимости от реакции аудитории. Проведение кейс-стади и обсуждение успешных кейсов продвижения видеоконтента на различных платформах.

Тема 4.2. Мобильная съемка: ракурс, свет, передача атмосферы (8 часов).

Теория: изучение основ мобильной съемки, включая выбор подходящих ракурсов, использование доступного света и передачу атмосферы сцены через кадр. Обзор основных принципов композиции при мобильной съемке, таких как правило третей, ведущие линии и создание глубины сцены. Рассмотрение техник работы с естественным и искусственным светом, а также применение различных фильтров и настроек на мобильных устройствах для достижения желаемого эффекта освещения. Обсуждение методов передачи атмосферы и настроения через кадр, включая выбор композиции, цветовой палитры и движение камеры.

Практическая работа: практическое применение изученных теоретических принципов при создании собственных видео с использованием мобильного устройства. Участники обучаются выбору ракурсов для съемки различных объектов и сцен, экспериментируют с разными источниками света и их расположением для достижения нужного освещения. Проходят практические упражнения по созданию различных настроений и эмоций в кадре с помощью композиции и цветовых решений.

Тема 4.3. CapCut: обзор функционала для монтажа видеоматериала, правильный подбор материала (10 часов).

Теория: изучение основ функционала приложения CapCut для монтажа видеоматериала. Обзор доступных инструментов для редактирования видео, включая нарезку и склейку клипов, добавление переходов, текстовых элементов, музыки и звуковых эффектов. Ознакомление с возможностями регулировки скорости воспроизведения, коррекции цвета и яркости, а также применения различных фильтров и эффектов для придания стилизации видеоролику. Обучение правильному выбору и подбору материала для монтажа, включая работу с различными типами файлов, форматами и разрешениями, а также выбор ключевых моментов для создания качественного контента.

Практическая работа: практическое применение изученной теории при создании собственного видеоматериала с использованием приложения CapCut. Участники осваивают основные инструменты и функции программы, проводят монтаж видеоклипов с учетом композиции, времени, эмоций и стиля. Они также экспериментируют с различными эффектами и фильтрами, чтобы придать своему видео уникальный вид.

Текущий контроль по разделу «Создание видеоконтента»: создание видео на выбранную тему.

Раздел 5. Продвижение канала. (15 часов)

Тема 5.1. Выбор тематики канала: личный бренд (2 часа).

Теория: определение уникальных интересов, навыков и опыта, которыми обладает ученик и которые могут быть интересны определенной целевой аудитории. Изучение актуальности выбранной темы и ее потенциал

для монетизации. Изучение аудитории и конкурентов поможет определить нишу, в которой можно выделиться и привлечь внимание зрителей.

Практическая работа: в процессе выбора тематики канала ученики проводят анализ собственных интересов, опыта и навыков, а также изучают потребности и предпочтения целевой аудитории. Они анализируют популярные темы в своей области, исследуют конкурентов и определяют уникальные особенности, которые могут выделить их канал. На основе этого анализа они принимают решение о выборе оптимальной тематики для создания личного бренда и разработке контент-плана для своего канала.

Тема 5.2. Определение целевой аудитории (5 часов).

Теория: анализ интересов и потребностей учеников, принципы разработки контента под их запросы.

Практическая работа: применение полученных знаний для анализа статистики, опросов и трендов с целью определения целевой аудитории и создания контента, отвечающего их ожиданиям.

Тема 5.3. Реклама: как она работает (4 часа).

Теория: основные принципы работы рекламы, ее цели и методы воздействия на аудиторию.

Практическая работа: создание рекламных материалов с учетом принципов привлечения внимания, формирования интереса и вызова действия у целевой аудитории.

Тема 5.4. Монетизация в различных соцсетях (2 часа).

Теория: ознакомление с механизмами монетизации в различных социальных сетях, включая рекламные программы, партнерские программы, продажу товаров и услуг, подписки и другие методы получения дохода.

Практическая работа: знакомство с понятием монетизации.

Текущий контроль по разделу «Продвижение канала»: теоретическое тестирование, демонстрация личного бренда.

Раздел 6. Полноценные проекты (14 часов)

Тема 6.1. Мониторинг ведения каналов обучающихся: исправление ошибок (10 часов).

Теория: обзор методов мониторинга ведения каналов обучающихся, включая анализ аудитории, оценку вовлеченности, отслеживание популярности контента, а также методы обнаружения и исправления ошибок.

Практическая работа: проведение регулярного мониторинга статистики каналов обучающихся, выявление проблемных моментов и ошибок, анализ обратной связи от аудитории, разработка и внедрение корректирующих мероприятий для повышения эффективности и качества контента.

Тема 6.2. Самопрезентация: представление себя и своих социальных сетей (4 часа).

Теория: изучение основных принципов самопрезентации в социальных сетях, включая создание личного бренда, выбор стиля и тону общения, описание своих интересов, навыков и достижений.

Практическая работа: разработка краткого и информативного описания себя для размещения в социальных сетях, выбор фотографий и контента для создания привлекательного профиля, а также определение стратегии взаимодействия с аудиторией для эффективной самопрезентации.

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Материально – техническое обеспечение:

1. Стол преподавателя
2. Стул преподавателя
3. Стол обучающегося
4. Стул обучающегося
5. Рабочая станция преподавателя
6. Ноутбук обучающегося с выходом в Интернет
7. Интерактивная доска
8. Проектор
9. Точки подключения к электрической сети

Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows 10
2. Desktopное приложение «CapCut»

5. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Горячев А.В. Медиаарт. Правила успеха в социальных сетях. - М.: Альпина Паблишер, 2018.
2. Гринштейн К.О. Ведение социальных сетей: стратегия и практика. - СПб.: Питер, 2017.
3. Дубровский Ю.Н. Социология массовых коммуникаций: учебное пособие. - М.: Юрайт, 2015.
4. Коваленко Е.А. Интернет-маркетинг в социальных сетях. - М.: Дашков и К, 2016.
5. Крылов А.В., Иванова Н.П. Создание и продвижение бренда в социальных сетях. - М.: КНОРУС, 2018.
6. Медиаарт и основы онлайн-маркетинга / Под ред. Трофимова И.К. - М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2015.
7. Смирнова Е.В. Эффективная реклама в социальных сетях. - М.: Книга по Требованию, 2017.

8. Федотов Д.Н. Социальные сети и их роль в современном мире. - СПб.: Нестор-История, 2016.
9. Чернова Л.А. Медиаарт и коммуникационные стратегии: учебное пособие. - М.: УРАО, 2017.

6. СВЕДЕНИЯ О СОСТАВИТЕЛЯХ ДООП

Цимбалюк Александр Сергеевич, педагог дополнительного образования, преподаватель по направлению «Медиаарт». Образование незаконченное высшее.

7. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ПО РАЗДЕЛАМ ПРОГРАММЫ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Приложение №1

Текущий контроль по разделу «Популярные социальные сети: с чего начать?».

Теоретический тест по пройденному материалу:

Часть 1.

1. Что представляет собой медиапроизводство?
 - а) Процесс создания медиаконтента.
 - б) Информационные технологии в образовании.
 - в) Сеть магазинов электроники.
 - г) Производство медицинских товаров.
2. Какие функции предоставляет приложение Telegram для создания канала?
 - а) Возможность создания и редактирования изображений.
 - б) Публикация видео на YouTube.
 - в) Организация чата и обсуждений.
 - г) Запись аудиосообщений.
3. Как можно организовать обсуждения в сообществе ВКонтакте?
 - а) Создать беседу с участниками.
 - б) Отправить личное сообщение администратору.
 - в) Использовать функцию «Мне нравится».
 - г) Опубликовать фотографию в ленте.
4. Какие инструменты предоставляет YouTube для создания канала?
 - а) Возможность написания текстовых постов.
 - б) Возможность общения в чате.
 - в) Публикация и редактирование видео.
 - г) Просмотр новостной ленты.
5. Какой контент может содержаться в сообществе ВКонтакте?
 - а) Видеоролики о природе.
 - б) Интервью со знаменитостями.
 - в) Обсуждения по определенной теме.
 - г) Публикации о кулинарии.

6. Какие функции чата предоставляет Telegram?
 - а) Отправка голосовых сообщений.
 - б) Просмотр видео на весь экран.
 - в) Создание групповых чатов.
 - г) Размещение фотографий на стен.
7. Какие инструменты предоставляет YouTube для монтажа видеоматериала?
 - а) Создание обложек.
 - б) Добавление фоновой музыки.
 - в) Создание анимации.
 - г) Изменение цветового баланса.
8. Какие функции позволяют создать сообщество в соцсети ВКонтакте?
 - а) Публикация статей.
 - б) Создание группы с подписчиками.
 - в) Отправка личных сообщений.
 - г) Просмотр видео.
9. Что такое аудитория канала на YouTube?
 - а) Совокупность подписчиков и зрителей.
 - б) Группа пользователей в чате.
 - в) Тематические сообщества.
 - г) Количество отправленных сообщений.
10. Какие возможности позволяют создать сообщество в соцсети ВКонтакте?
 - а) Организация обсуждений.
 - б) Публикация видео в ленте.
 - в) Создание подписок на интересные страницы.
 - г) Отправка голосовых сообщений.
11. Что такое оформление канала на YouTube?
 - а) Процесс добавления друзей.
 - б) Создание баннера и аватарки канала.
 - в) Редактирование текста профиля.
 - г) Распределение видео по плейлистам.
12. Какие возможности предоставляет Telegram для общения в чате?
 - а) Просмотр трансляций в режиме реального времени.
 - б) Отправка геолокации.
 - в) Создание опросов.
 - г) Использование стикеров.
13. Как можно организовать обсуждения в сообществе ВКонтакте?
 - а) Публикация аудиозаписей.
 - б) Создание голосований.
 - в) Публикация статей.
 - г) Просмотр видеороликов.
14. Что такое оформление канала на YouTube?
 - а) Процесс добавления друзей.

- б) Создание баннера и аватарки канала.
- в) Редактирование текста профиля.
- г) Распределение видео по плейлистам.

15. Какие возможности предоставляет Telegram для общения в чате?

- а) Просмотр трансляций в режиме реального времени.
- б) Отправка геолокации.
- в) Создание опросов.
- г) Использование стикеров.

Часть 2:

Продемонстрировать созданные каналы в социальных сетях по выбранной учеником теме. Подробно рассказать про тематику каждого канала, если она отличается.

Критерии оценивания второй части:

1. Соответствие содержания канала тематике и целям.
2. Качество и оригинальность контента.
3. Продуманность дизайна и оформления канала.
4. Взаимодействие с аудиторией и активность подписчиков.
5. Объем и актуальность размещенного материала.

Правильные ответы на тест:

1. а) Процесс создания медиа-контента.
2. в) Организация чата и обсуждений.
3. а) Создать беседу с участниками.
4. в) Публикация и редактирование видео.
5. в) Обсуждения по определенной теме.
6. а) Отправка голосовых сообщений.
7. б) Добавление фоновой музыки.
8. б) Создание группы с подписчиками.
9. а) Совокупность подписчиков и зрителей.
10. а) Организация обсуждений.
11. б) Создание баннера и аватарки канала.
12. б) Отправка геолокации.
13. б) Создание голосований.
14. б) Создание баннера и аватарки канала.
15. в) Создание опросов.

Приложение №2

Текущий контроль по разделу «Инструменты создания медиа: создание обложки.».

Теоретический тест по пройденному материалу:

Часть 1.

1. Какие функции доступны в приложении PicsArt?
 - а) Редактирование фотографий.

- б) Создание анимаций.
 - в) Рисование.
 - г) Все вышеперечисленное.
- 2. Какие типы обложек можно создать с помощью PicsArt?
 - а) Только статичные.
 - б) Только анимированные.
 - в) Как статичные, так и анимированные.
 - г) Только трехмерные.
- 3. Какие возможности предоставляет приложение CapCut?
 - а) Генерация текста.
 - б) Редактирование видео.
 - в) Создание презентаций.
 - г) Создание фильтров.
- 4. Какие специальные эффекты можно добавить к изображениям при помощи приложения PicsArt?
 - а) Осветление и контрастность.
 - б) Эффекты стекла и зеркала.
 - в) Акварельные кисти.
 - г) Эффектов в PicsArt очень много.
- 5. Какие возможности предоставляет приложение Pixso?
 - а) Создание музыки.
 - б) Редактирование текста.
 - в) Анализ аудиозаписей.
 - г) Работа с изображениями и текстом.
- 6. Какой базовый функционал предоставляет приложение Pixso?
 - а) Редактирование видео.
 - б) Создание анимаций.
 - в) Работа с изображениями и текстом.
 - г) Создание музыки.
- 7. Для чего используются нейросети в создании визуального контента?
 - а) Создание музыки.
 - б) Генерация изображений.
 - в) Анализ аудиозаписей.
 - г) Монтаж видео.
- 8. Какие технологии используют нейросети в создании контента?
 - а) Генерация изображений.
 - б) Анализ аудиозаписей.
 - в) Разработка мобильных приложений.
 - г) Виртуальная реальность.
- 9. Какие возможности предоставляют нейросети в создании изображений?
 - а) Редактирование фотографий.
 - б) Создание фотореалистичных изображений по описанию.
 - в) Рисование анимаций.

- з) Смена фона на видеозаписях.
10. Какие инструменты PicsArt позволяют использовать для создания обложки?
- а) Только редактор изображений.
 - б) Только инструменты для создания анимации.
 - в) Редактор изображений и инструменты для создания анимации.
 - г) Только рисование.
11. Какие функции CapCut используются для создания простых анимаций?
- а) Редактирование видео.
 - б) Добавление эффектов и фильтров.
 - в) Использование текстовой анимации.
 - г) Все вышеперечисленное.
12. Какие типы готовых текстовых анимаций предоставляет приложение CapCut?
- а) Полосы заголовков.
 - б) Раскадровка текста.
 - в) Анимация букв.
 - г) Переливание цвета.
13. Какие инструменты доступны для дизайна интерфейса в приложении Pixso?
- а) Создание музыки.
 - б) Редактирование текста.
 - в) Инструменты для редактирования макетов.
 - г) Работа с изображениями и текстом.
14. Какие типы медиаконтента можно создать с помощью технологий нейросетей?
- а) Только изображения.
 - б) Только аудиозаписи.
 - в) Изображения, аудио и видео.
 - г) Только трехмерные объекты.
15. Какие функции предоставляет технология нейросетей для анализа макетов пользовательского интерфейса?
- а) Распознавание элементов интерфейса.
 - б) Генерация макетов на основе описания.
 - в) Создание анимированных прототипов.
 - г) Сжатие изображений для экономии ресурсов.

Часть 2:

Создать обложку на выбранную тематику, рассказать про процесс создания.

Критерии оценивания второй части:

1. Оригинальность и качество созданной обложки в соответствии с темой.
2. Эффективное использование выбранных инструментов для создания обложки.
3. Креативный подход к созданию анимации (если применимо).

Правильные ответы на тест:

1. г) Все вышеперечисленное
2. в) Как статичные, так и анимированные
3. б) Редактирование видео
4. г) Эффектов в PicsArt очень много.
5. г) Работа с изображениями и текстом
6. в) Работа с изображениями и текстом
7. б) Генерация изображений
8. а) Генерация изображений
9. б) Создание фотореалистичных изображений по описанию
10. в) Редактор изображений и инструменты для создания анимации
11. в) Использование текстовой анимации
12. в) Анимация букв
13. в) Инструменты для редактирования макетов.
14. в) Изображение, аудио и видео
15. б) Генерация макетов на основе описания

Приложение №3

Текущий контроль по разделу «Правильное написание поста».

Теоретический тест по пройденному материалу:

Часть 1.

1. Какова основная структура поста в социальных сетях?
 - а) Только определение темы.
 - б) Определение темы, объема и целевой аудитории.
 - в) Определение целевой аудитории.
 - г) Определение объема.
2. Что следует учитывать при написании заголовков постов?
 - а) Ответ на все вопросы аудитории.
 - б) Завлекательность и привлекательность.
 - в) Обязательное использование юмора.
 - г) Длина заголовка не более 3 слов.
3. Какие бывают стили постов?
 - а) Только официальный стиль.
 - б) Информационный, развлекательный, образовательный и другие.
 - в) Только стиль рассказа.

- г) Стиль авторитетности.
4. Какие психологические уловки могут быть использованы при создании контента?
- а) Использование сложных терминов.
 - б) Создание срочности и ограниченности.
 - в) Исключительное обращение к логике.
 - г) Использование длинных предложений.
5. Какие технологии могут быть использованы для создания контента?
- а) Только карандаш и бумага.
 - б) Нейросети, генерирующие текст.
 - в) Только копирование с других источников.
 - г) Ручное набор текста.
6. Какая из перечисленных частей не является составной структурой поста в социальных сетях?
- а) Определение темы.
 - б) Объем текста.
 - в) Целевая аудитория.
 - г) Пунктуация.
7. Какой из следующих приемов не является хорошим для привлечения внимания читателя заголовком?
- а) Вопросы, требующие ответа.
 - б) Использование эмоциональных слов.
 - в) Полное отсутствие заголовка.
 - г) Указание на выгоду от чтения поста.
8. Какой стиль поста наиболее эффективен, если цель - передать информацию?
- а) Рассказ.
 - б) Инструкция.
 - в) Стихи.
 - г) Дневник.
9. Какую из психологических уловок лучше использовать для создания конверсии?
- а) Использование логических аргументов.
 - б) Создание срочности и ограниченности.
 - в) Использование сложных терминов.
 - г) Применение длинных предложений.
10. Какие технологии могут помочь автоматизировать процесс создания контента?
- а) Нейросети и алгоритмы генерации текста.
 - б) Только карандаш и бумага.
 - в) Человеческие копирайтеры.
 - г) Расширение браузера.
11. Какая часть структуры поста отвечает за определение, кто будет заинтересован в прочтении поста?
- а) Объем текста.

- б) Пунктуация.
 - в) Целевая аудитория.
 - г) Формат текста.
12. Какой стиль поста наиболее эффективен для создания эмоционального контента?
- а) Рассказ.
 - б) Информационный.
 - в) Дневник.
 - г) Новости.
13. Какую психологическую уловку можно использовать для вызова доверия к посту?
- а) Создание срочности.
 - б) Использование экспертных мнений.
 - в) Использование сложных терминов.
 - г) Использование только эмоциональных слов.
14. Какая технология может быть использована для анализа эффективности поста?
- а) Только человеческий аналитик.
 - б) Нейросети, обрабатывающие данные.
 - в) Исключительно статистика социальных сетей.
 - г) Рандомный выбор.
15. Какая из перечисленных частей является важной при создании поста, но не является составной частью его структуры?
- а) Целевая аудитория.
 - б) Определение темы.
 - в) Использование технологий.
 - г) Объем текста.

Часть 2:

Напишите пост на любую интересующую вас тему, используя знания. Пост должен быть примером хорошего использования средств и методов создания контента.

Критерии оценивания второй части:

1. Соответствие содержания канала тематике и целям.
2. Качество контента: уникальность, информативность и эмоциональное воздействие.
3. Привлекательность заголовков.
4. Грамотность и стиль текстов.
5. Адаптированность контента под целевую аудиторию.
6. Наличие интерактивности.
7. Уникальность контента относительно аналогичных материалов.
8. Общее качество итогового продукта.

Правильные ответы на тест:

1. б) Определение темы, объема и целевой аудитории.
2. б) Завлекательность и привлекательность.
3. б) Информационный, развлекательный, образовательный и другие.
4. б) Создание срочности и ограниченности.
5. б) Нейросети, генерирующие текст.
6. г) Пунктуация.
7. в) Полное отсутствие заголовка.
8. б) Инструкция.
9. б) Создание срочности и ограниченности.
10. а) Нейросети и алгоритмы генерации текста.
11. в) Целевая аудитория.
12. а) Рассказ.
13. б) Использование экспертных мнений.
14. б) Нейросети, обрабатывающие данные.
15. а) Целевая аудитория.

Приложение №4

Текущий контроль по разделу «Создание видеоконтента».

Задание:

Создать видеоролик продолжительностью 1-3 минуты на выбранную тему. В видео использовать полученные знания и навыки. Видеоматериал должен быть качественным и интересным, желательно продумать сценарий заранее.

Критерии оценивания:

При создании видеоролика оценивается соответствие теме и целям задания, качество контента, привлекательность, техническое исполнение, сценарий, длительность, целевая аудитория, креативность.

Приложение №5

Текущий контроль по разделу «Продвижение канала».

Теоретический тест по пройденному материалу:

Часть 1.

1. Какие из следующих факторов важны при выборе тематики для канала личного бренда?
 - а) Популярность темы в данный момент.
 - б) Личный интерес и экспертиза автора к теме.
 - в) Количество конкурирующих каналов по данной тематик.
 - г) Стоимость рекламы на данную тематику.

2. Какие из следующих параметров помогут определить целевую аудиторию для канала?
 - а) Возраст, пол, местоположение.
 - б) Интересы и хобби аудитории.
 - в) Доход и образование.
 - г) Все вышеперечисленное.
3. Какие преимущества имеет реклама в социальных сетях?
 - а) Низкая стоимость.
 - б) Высокая точность таргетинга.
 - в) Отсутствие конкуренции.
 - г) Огромное количество просмотров.
4. Какой из перечисленных способов монетизации наиболее распространен в соцсетях?
 - а) Размещение рекламы в сторис.
 - б) Продажа собственных товаров или услуг.
 - в) Получение дохода от рекламы через просмотры видео.
 - г) Получение комиссии за продажу продуктов партнеров.
5. Что такое таргетинг при продвижении канала в социальных сетях?
 - а) Подход к аудитории с рекламным предложением.
 - б) Определение целевой аудитории и направленная реклама на нее.
 - в) Привлечение новых подписчиков через акции и конкурсы.
 - г) Размещение рекламы на платных площадках.
6. Какой из перечисленных факторов важен для успешной монетизации канала в YouTube?
 - а) Число подписчиков.
 - б) Количество просмотров на видео.
 - в) Качество видео контента.
 - г) Все вышеперечисленное.
7. Какие из перечисленных функций могут быть использованы для взаимодействия с аудиторией?
 - а) Опросы в сторис.
 - б) Прямые эфиры.
 - в) Размещение ссылок в описании постов.
 - г) Все вышеперечисленное.
8. Какие из перечисленных инструментов могут помочь в аналитике эффективности рекламной кампании в социальных сетях?
 - а) Google Analytics.
 - б) Встроенные инструменты аналитики социальных сетей.
 - в) Услуги аналитических агентств.
 - г) Все вышеперечисленное.
9. Что такое конверсия в контексте маркетинга в социальных сетях?
 - а) Количество подписчиков.
 - б) Количество лайков на постах.

- в) Действие, которое совершает пользователь после просмотра рекламы или контента.
- г) Количество комментариев на постах.

10. Какие стратегии могут быть использованы для увеличения вовлеченности аудитории в социальных сетях?

- а) Регулярное обновление контента.
- б) Организация акций и конкурсов.
- в) Взаимодействие с подписчиками через комментарии и личные сообщения.
- г) Все вышеперечисленное.

Часть 2:

Создайте пост на выбранную вами тему. В посте опишите основные принципы продвижения канала в социальных сетях, основываясь на изученных материалах

Критерии оценивания второй части:

1. Глубина понимания материала при создании поста.
2. Качество и оригинальность созданного поста.
3. Понятность и ясность изложения идей.

Правильные ответы на тест:

1. б) Личный интерес и экспертиза автора к теме.
2. г) Все вышеперечисленное.
3. б) Высокая точность таргетинга.
4. б) Продажа собственных товаров или услуг.
5. б) Определение целевой аудитории и направленная реклама на нее.
6. г) Все вышеперечисленное.
7. г) Все вышеперечисленное.
8. г) Все вышеперечисленное.
9. в) Действие, которое совершает пользователь после просмотра рекламы или контента.
10. г) Все вышеперечисленное.