

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Центр проектов «Переменим»

Директором АНО ДПО «Центр проектов «Переменим»



**УТВЕРЖДЕНО**

А. Ю. Сальцовою

«21» июня 2021 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ  
«ЦИФРОВАЯ ПЕДАГОГИКА»**

Форма обучения – очная с применением дистанционных технологий

Срок освоения программы – 48 часов

г. Пермь, 2021 г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1.1. Нормативные документы, регламентирующие разработку программы повышения квалификации

1.2. Общая характеристика программы повышения квалификации

1.2.1. Цель программы повышения квалификации

1.2.2. Общий объем программы (трудоемкость)

1.2.3. Требования к поступающим на обучение

### **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

2.1. Область профессиональной деятельности

2.2. Объекты профессиональной деятельности

### **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

3.1. Планируемые результаты освоения программы

### **4. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса

4.2. Материально-техническая база

### **5. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

5.1. Текущий контроль успеваемости

5.2. Итоговая аттестация

### **6. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

### **7. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

### **8. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

В процессе развития информационного общества актуализируются проблемы формирования медиакультуры подрастающего поколения как готовности использовать цифровые и медиатехнологии для личностного роста, профессионального саморазвития и творческой самореализации на основе гуманистических идеалов и ценностей, профориентации, поддержки и развития социальной активности, творческой одаренности обучающихся в области медиа и информационных технологий. Медиаобразование – направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации.

Поэтому перед учителями-предметниками, педагогами дополнительного образования неизбежно возникает вопрос о поиске эффективных педагогических методов и технологий, гарантирующих достижение желаемых личностных, метапредметных и предметных результатов.

### **1.1. Нормативные документы, регламентирующие разработку программы повышения квалификации**

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 1.07.2013 г. № 499 г. Москва «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минтруда России от 18.10.2013 № 544н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)»;
- Приказ Минтруда России от 08.09.2015 № 608н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность,

электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

- Устав АНО ДПО «Центр проектов «Переменим».

## **1.2. Общая характеристика программы повышения квалификации**

### **1.2.1. Цель программы повышения квалификации**

Цель программы повышения квалификации «Цифровая педагогика» – совершенствование имеющихся и получение новых профессиональных компетенций педагогов в области цифровых технологий (цифровой педагогике) и их использование в учебном процессе.

### **1.2.2. Общий объем программы (трудоемкость)**

Объем образовательной программы: 48 академических часа.

### **1.2.3. Требования к поступающим на обучение**

К освоению программы повышения квалификации «Цифровая педагогика» допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее педагогическое образование.

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **2.1. Область профессиональной деятельности**

Область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие программу повышения квалификации, могут осуществлять профессиональную деятельность – педагогическая деятельность.

### **2.2. Объекты профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности являются: образовательные организации; организации, осуществляющие обучение.

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

В результате освоения образовательной программы повышения квалификации «Цифровая педагогика» у выпускника должны быть сформированы профессиональные компетенции:

ПК 1. - применять современные методики и технологии организации образовательной деятельности, диагностики и оценивания качества образовательного процесса по различным образовательным программам;

ПК 2. - повысить эффективность планирования создания и использования цифрового контента;

ПК 3. - совершенствовать ИКТ-компетенции в области моделирования цифрового контента на основе изучения средств и инструментов в современной парадигме цифрового образования.

### **3.1. Планируемые результаты освоения программы:**

Слушатели курса должны **знать**: особенности медиасреды, задачи медиаобразования, жанровое многообразие журналистики, основы создания текста и дополнительной визуализации.

В результате освоения программы слушатель должен **уметь**: находить качественные медиа, понимать основы коммуникации «ученик-учитель», «родитель-учитель», готовить и редактировать тексты, сопровождать тексты визуализацией, грамотно пользоваться сервисами и инструментами по изготовлению инфографики, уметь находить конкурсы, связанные с медиаобразованием.

Результатами обучения являются знания по основным аспектам медиаобразования, жанровой и отраслевой журналистики, навыки создания информационного повода и умение их охарактеризовать, участие в творческих конкурсах, направленных на поддержку медиасоциального проектирования, умение работать с сервисами для обработки информации, понимание основ создания и ведения пресс-центра на базе учебного заведения.

## **4. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

### **4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация программы повышения квалификации «Цифровая педагогика» обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, модуля, опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное

образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

#### **4.2. Материально-техническая база**

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, обеспечивающей освоение обучающимися образовательной программы. Достижение и оценка результатов обучения осуществляется путём организации образовательной деятельности в электронной информационно-образовательной среде, к которой предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет».

### **5. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

Оценка качества освоения программы повышения квалификации «Цифровая педагогика» включает текущий контроль успеваемости и итоговую аттестацию обучающихся.

#### **5.1 Текущий контроль успеваемости**

Текущий контроль успеваемости служат средством обеспечения в учебном процессе обратной связи между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания. Текущий контроль представляет собой проверку и оценку усвоения учебного материала через организацию практических заданий (устное выступление, презентация, текстовый материал).

#### **5.2. Итоговая аттестация**

Освоение программы повышения квалификации «Цифровая педагогика» завершается итоговой аттестацией в формате итогового тестирования и подготовки отчетной презентации о реализации текстовых материалов в рамках освоения настоящей программы.

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаются документы о квалификации: удостоверения о повышении квалификации. Документ о квалификации выдается на бланке, являющимся защищенным от подделок полиграфической продукцией.

Условия, при которых, лицам, освоившие дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаются документы о квалификации:

1) Подготовка устного выступления в сопровождении с визуальной презентацией (формат Power Point, не менее 5-7 слайдов) о реализации текстовых материалов в рамках освоения настоящей программы;

2) Прохождение итоговой аттестации в формате теста с проходным баллом не менее 50 (пятидесяти).

Перечень тем для подготовки к итоговой аттестации в рамках дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Цифровая педагогика»:

1. Функции СМИ
2. Типология СМИ
3. Методы сбора информации и проверка фактов
4. Заголовочный комплекс
5. Структура текста
6. Специфика информационных жанров: новость, заметка, интервью, репортаж
7. Типы респондентов (типы коммуникабельности)
8. Специфика работы социальных сетей и мессенджеров
9. Структурные элементы инфографики и их применение
10. Региональные средства массовой информации и их информационная повестка
11. Работа Союза Журналистов России
12. Медиамаркетинг
13. Медиаменеджмент
14. Контент-планирование в информационных электронных ресурсах
15. Особенности подготовки дизайна для образовательного учреждения или отдельно персоны

Оценка итоговой аттестации предусмотрена по 100-бальной шкале.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам освоившим часть дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому организацией.

## 6. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ темы	Тема занятия	Кол-во часов общее	В том числе	
			Теор.	Практ.
1	Основы медиаобразования и медийно-информационная грамотность	2	1	1
2	Методы сбора информации	3	2	1
3	Текст как основа работы средств массовой информации	3	1	2
4	Информационные жанры журналистики	6	2	4
5	Социальные сети как инструмент медиаобразования	5	2	3
6	Визуализация информации	5	2	3
7	Инфографика как инструмент медиаобразования	6	3	3
8	Медиаграмотность	2	2	0
9	Личный бренд: позиционирование педагога в медиасреде	3	1	2
10	Использование медиатехнологий в образовательном процессе (работа со средствами массовой информации)	2	2	0
11	Информационное сопровождение событий в образовательном учреждении	4	2	2
12	Творческие конкурсы для педагогов: реализация творческого потенциала	2	2	0
13	Создание и реализация работы медиacentра на базе учебного заведения	3	2	1
14	Итоговая аттестация	2	0	2
	<b>Итого</b>	<b>48</b>	<b>24</b>	<b>24</b>



## **7. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

### **1. Основы медиаобразования и медийно-информационная грамотность (2 ч)**

*Теория:* Медиа – собирательное название средств массовой информации (медиа стоит посередине между читателями и источниками новостей); медиаобразование – направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации. Медиаобразование рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале медиа с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

*Практика:* Познакомиться с участниками курса по методу сбора информации о собеседнике через поисковые системы и социальные сети. Составить портрета собеседника и презентовать его в устной форме.

### **2. Методы сбора информации (3 ч)**

*Теория:* Наблюдение, интервьюирование, работа с документами, расследование, эксперимент, анкетирование, фокус-группы. Фактология в журналистике. Понятие «нюсмейкер». Проверка фактов. Дентология в вопросах сохранения тайны информанта. Правовые аспекты сохранения этой тайны.

*Практика:* Найти информационные поводы тремя основными методами сбора информации: люди, документы и наблюдение. Составить сравнительную таблицу с отличительными признаками каждого из видов сбора информации, а также с описательными фактами инфоповода.

### **3. Текст как основа работы средств массовой информации (3 ч)**

*Теория:* Структура текста: заголовок, лид, основная часть, вывод. Особенности работы с заголовками и заголовочными комплексами, в том числе кликбейтные заголовки. Форматы текстов в зависимости от жанрового многообразия. Тексты для газет, телевидения, радио, социальных сетей и сетевых средств массовой информации (далее по тексту – СМИ).

*Практика:* Составить макет материала с учетом найденной информации (Тема № 2 текущего Содержания), подобрать заголовок и недостающую информацию для текста.

Проанализировать работу федеральных и региональных СМИ на предмет вида заголовков: составить общую картину заголовочных комплексов в конкретном издании, презентовать издания в устной форме.

#### **4. Информационные жанры в журналистике (6 ч)**

*Теория:* Перечисление основных информационных жанров и их особенности в медиасреде: новость, информационная заметка, репортаж, интервью. Просмотр и изучение примеров жанра в действующих изданиях. Отличие презентации информационного повода на разных видах СМИ.

*Практика:* Подготовить тематические школьные сообщения в формате информационного жанра. Найти информационные поводы в соответствии с жанровой спецификой. Взаимная оценка слушателями курса качества подготовленных текстов (на предмет интересности, понятности, соответствия жанру, раскрытия темы, подбора респондентов).

#### **5. Социальные сети как инструмент медиаобразования (5 ч)**

*Теория:* Основные социальные сети и подбор контента в каждой из них. Целевая аудитория социальных сетей. Первичный анализ и построение стратегии SMM. Способы определения целевой аудитории. Проработка стратегии и плана публикаций. Типы контента. Особенности каждого типа контента. Создание контента: этапы, методы, поиск информации. Технологии написания рекламных и презентационных текстов.

*Практика:* Подготовить тематические публикации для разных социальных сетей в зависимости от целевой аудитории: информационный текст и рекламный текст. Попробовать настроить таргетированной рекламы в личном кабинете социальной сети ВКонтакте.

#### **6. Визуализация информации (5 ч)**

*Теория:* Необходимость создания визуального дополнения к текстовому содержанию. Возможности социальных сетей в создании графических изображений. Дополнительные сервисы по созданию изображений. Основы композиции и цветовая палитра картинок. Возможности анимированных изображений.

*Практика:* Попрактиковаться в специальных сервисах по созданию графических изображений и разработке индивидуального дизайна (Canva, Piktochart). Создать единую концепцию изображений для личных социальных сетей.

## **7. Инфографика как инструмент медиаобразования (6 ч)**

*Теория:* Инфографика как способ подачи информации. Правила создания графиков. Работа с соответствующими сервисами. Основы композиции и цветопередачи. Выбор тематики инфографики с последующей практической частью (реализацией задумки инфографики) в печатном и электронном вариантах.

*Практика:* Создать макет инфографики на примере тем учебной школьной программы в формате цветного плаката.

## **8. Медиаграмотность (2 ч)**

*Теория:* Основы медиаграмотности – правила поведения в электронных ресурсах. Цифровой этикет и основы личного позиционирования.

## **9. Личный бренд: позиционирование педагога в медиасреде (3 ч)**

*Теория:* Позиционирование педагога. Форматы: личный бренд, профессиональный бренд. Правила ведения личного блога и выбор платформы для блога в зависимости от предпочтений.

*Практика:* Подготовить тематические публикации, характеризующие педагога как профессионала.

## **10. Использование медиатехнологий в образовательном процессе (работа со СМИ) (2 ч)**

*Теория:* Качественные и некачественные медиа. Работа Союза журналистов России (в том числе регионального отделения): способы помощи и поиск журналистов на школьные события. Алгоритм работы со СМИ: выход на территорию, подготовка пресс-релиза, приглашение журналистов, составление контактной базы участников, подготовка пост-релиза. Работы со СМИ в социальных сетях: методы некоммерческого продвижения в интернете.

## **11. Информационное сопровождение событий в образовательном учреждении (4 ч)**

*Теория:* Составление графика информационного сопровождения согласно календарному плану учебного заведения, обозначение ключевых событий, просмотр точек медиапродвижения, назначение ответственного лица. Отличия: пост-релиз, пресс-релиз,

отчет; основные требования к публикациям в социальных сетях, фото- и видеосъемки. Работа школьного медиацентра на мероприятии. Создание своих информационных поводов и подготовка тематических публикаций.

*Практика:* Подготовить контент-план ведения информационных электронных ресурсов образовательного учреждения, исходя из календарного плана учреждения. Подготовить тематическую публикацию, приуроченную к последним событиям учреждения.

## **12. Творческие конкурсы для педагогов: реализация творческого потенциала (2 ч)**

*Теория:* Работа с портфолио педагога: правила, требования, отчетность. Списки актуальных конкурсных программ, проба себя в реализации в конкурсе под руководством куратора обучения.

## **13. Создание и реализация работы медиацентра на базе учебного заведения (3 ч)**

*Теория:* Требования к созданию медиацентра: на базе какого учебного заведения возможна работа пресс-центра. Требования к педагогам и детям. Этапы создания: информирование, отбор детей, тематические мастер-классы, распределение обязанностей, подготовка итогового продукта (газета, материалы для сетевого СМИ, социальные сети, радио, телевидение).

*Практика:* Подготовить план работы медиацентра (участники, функции, формат итогового продукта и его периодичность) для своего образовательного учреждения. Презентовать структуру работы в устном формате.

## **14. Итоговая аттестация (2 ч)**

*Практика:* Подведение итоговой годовой программы обучения в формате итогового тестирования и подготовки отчетной презентации о реализации текстовых материалов в рамках освоения настоящей программы.

## 8. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Базилян С.А. Студенческая газета как эффективный учебный проект // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 272-275.
2. Бондарчук А.В. Медиаобразование в школе и вузе и реформирование отечественного образования // Современное состояние медиаобразования в России и в контексте мировых тенденций. Материалы международной научной конференции. Таганрог, 2019. С. 115-121.
3. Гендина Н.И. Информационный подход в федеральный государственных образовательных стандартах общего образования: медийно-информационная грамотность и информационная безопасность школьников / Н.И. Гендина, Е.В. Косолапова // Современное состояние медиаобразования. Материалы международной научной конференции. Таганрог, 2019. С. 124-129.
4. Гудилина С.И. Некоторые подходы интегрированного медиаобразования в подготовке будущих учителей // Современное состояние медиаобразования в России и в контексте мировых тенденций. Материалы международной научной конференции. Таганрог, 2019. С. 129-133.
5. Дзялошинский И.М. Риски цифрового медиа: модели защиты // Журналист. Современные коммуникации. 2019. № 3 (35). С. 5-19.
6. Дукин Р.А. Медиатизация современного общества: влияние социальных медиа // Теория и практика общественного развития. 2016. № 2. С. 24-26
7. Жилавская И.В. История развития медиаобразования: учебное пособие / И.В. Жилавская, Д.А. Зубрицкая. М: МПГУ, 2017. 120 с.
8. Зубанова Л.Б. Культура в информационном формате: ключевой тематизм актуальных медиапроектов // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 443-447.
9. Короченский А.П. Медиакритика и реклама в СМИ // Современные массовые коммуникации в фокусе медиакритики: под ред. А.П. Короченского, В.В. Смеюхи; ФГБОУ ВО РГУПС. Ростов-на-Дону, 2019. С. 126-129.
10. Лебедева С.В. Работа школьников над лонгридами: медиаобразовательный эффект // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 220-224.
11. Симакова С.И. Визуальная грамотность – новый навык медиаграмотности // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 158-162.
12. Чельшева И.В. Медиаобразовательные возможности аудиовизуальных медиатекстов на школьную и студенческую тему // Crede expert: транспорт, общество, образование, язык. 2019(6). № 2. С. 156-170.
13. Чельшева И.В. Стратегии развития российского медиаобразования: традиции и инновации // Медиаобразование. 2016. № 1. С. 71-77.