

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
ОНЛАЙН-ШКОЛА «ТОЧКА ЗНАНИЙ»**

Утверждена
Приказом Генерального директора
ООО «Точка знаний»
№ 20 от «25» августа 2026 г.

**Дополнительная общеразвивающая программа
«Курс по блогингу для 1-11 класса»
(трудоемкость 93 ак.ч.)**

Разработчик:
Квиндт Анастасия Васильевна,
преподаватель дополнительного образования

Возраст: дети (7-18 лет)
Срок обучения: 9 месяцев

Краснодар, 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общая характеристика.....	3
1.1.	Пояснительная записка.....	3
1.2.	Направленность.....	3
1.3.	Актуальность программы.....	3
1.4.	Цели и задачи программы.....	3
1.5.	Категория обучающихся.....	4
1.6.	Форма обучения и сроки освоения.....	4
1.7.	Форма организации образовательной деятельности.....	4
2.	Содержание программы.....	5
2.1.	Календарный учебный график.....	5
2.2.	Учебный план.....	5
2.3.	Содержание программы.....	6
2.4.	Кадровое обеспечение.....	10
2.5.	Материально-техническое обеспечение реализации программы.....	10
2.6.	Форма аттестации и оценочные материалы	11
2.7.	Список рекомендованной литературы.....	15
2.8.	Список использованной литература.....	15
2.8.1.	Электронные ресурсы.....	16

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Курс по блогингу для 1-11 класса» (далее – Программа) разработана в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Министерства просвещения РФ от 27.07.2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам», Письмом Министерства образования и науки РФ от 18.11.2015 № 09-3242 «О направлении Методических рекомендаций по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разно уровневые)».

Изучение основ ведения блога, особенностей создания медиаконтента (тексты, видео, визуальные материалы), особенности коммуникации в социальных сетях и взаимодействия с аудиторией, креативные инструменты создания контента и продвижения в социальных сетях, формирование личного бренда.

1.2. Направленность: программа направлена на:

- формирование и развитие творческих способностей обучающихся;
- удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в художественно-эстетическом развитии и физическом совершенствовании;
- выявление, развитие и поддержку обучающихся, проявивших выдающиеся способности.

1.3. Актуальность программы:

Программа отвечает на вызовы современного цифрового общества, где блогинг становится не только формой досуга, но и важным инструментом самовыражения, профориентации и предпринимательства. Её актуальность обусловлена несколькими факторами. Во-первых, она развивает цифровую грамотность и медиакультуру: школьники осваивают основы цифровой гигиены, безопасности в интернете, критического восприятия информации и этики сетевого общения. Во-вторых, блогинг служит площадкой для развития мягких навыков (soft skills): самопрезентации, публичных выступлений, креативного и критического мышления, умения работать с аудиторией и анализировать тренды. В-третьих, программа знакомит с основами личного бренда и монетизации контента, формируя предпринимательское мышление и финансовую грамотность в цифровой среде. В-четвёртых, она предлагает конструктивную альтернативу пассивному потреблению контента в соцсетях, превращая времяпрепровождение в созидательную деятельность. Наконец, программа соответствует требованиям ФГОС в части развития цифровых компетенций, проектной деятельности и подготовки к жизни в информационном обществе.

1.4. Цели и задачи Программы:

Цель программы.

Познакомить учащихся с алгоритмом создания блога в социальных сетях и помочь сформировать собственный упакованный блог в узнаваемом авторском стиле, а также развить базовое понимание механики работы социальных сетей и медиа-насмотренность.

Задачи программы:

- Сформировать у учащихся целостное представление о концепции блога, целевой аудитории и выборе площадки.

- Развить навыки создания качественного контента различных типов (текстового, визуального, видеоконтента) с использованием современных инструментов, включая нейросети.
- Научить применять техники сторителлинга, монтажа, работы со светом и звуком для повышения вовлечённости аудитории.
- Развить умение выстраивать личный бренд, формировать уникальный стиль и образ блогера, эффективно взаимодействовать с подписчиками.
- Обучить основам безопасности, этики и авторского права в медиапространстве.
- Сформировать навыки стратегического планирования, продвижения и анализа эффективности блога.

1.5. Категория обучающихся: к освоению дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы допускаются обучающиеся 1-11 классов, в возрасте 7-18 лет.

В результате изучения курса обучающиеся должны уметь:

1. Создавать качественный контент:

- выбирать тематику и целевую аудиторию для блога;
- придумывать интересные идеи контента (формат и темы);
- создавать тексты (заголовки, описания, сценарии);
- делать фото и видео на смартфон (ракурсы, свет, композиция);
- обрабатывать контент в мобильных редакторах.

2. Работать с социальными сетями и платформами:

- настраивать и оформлять профиль блога в социальных сетях;
- базово понимать алгоритмы соцсетей;
- знать бесплатные и платные способы продвижения контента.

3. Развивать личный бренд:

- определять свою уникальность (УТП — уникальное торговое предложение), знать составляющие личного бренда;
- строить доверительные отношения с аудиторией;
- знать, как работать с негативом и критикой.

4. Соблюдать безопасность и этику:

- защищать личные данные и избегать мошенников;
- соблюдать авторские права (использование музыки, чужих фото/видео);
- вести блог без нарушений (правила соцсетей, возрастные ограничения).

1.6. Форма обучения и сроки освоения:

Программа реализуется исключительно с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в заочной форме.

Сроки освоения программы – 93 ак.ч.

Лекционные занятия онлайн (вебинар) – 45 ак.ч.,

Самостоятельная работа – 48 ак. ч.,

Итоговая аттестация (тестирование) - 1 ак. ч.

Период обучения и режим занятий:

Занятия проводятся 1 раз в неделю по 1,3 ак.ч.

1.7. Форма организации образовательной деятельности: групповая.

1.8. Документ, выдаваемый после завершения обучения: сертификат об обучении.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Программа включает: 36 уроков и итоговый тест.

Перечень, трудоемкость, последовательность и распределение уроков, формы промежуточной аттестации слушателей определяются учебным (тематическим) планом.

Содержание каждого урока включает лекционный и практический материал.

2.1 Календарный учебный график

Период обучения – 93 дней									
1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	
ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ	ЛЗ, СР, ЕТ ИА	

ЛЗ – лекционные занятия

СР – самостоятельная работа

ЕТ – ежемесячное тестирование

ИА – итоговая аттестация

2.2. Учебный план

№ п/п	Название модуля	Количество часов			
		Всего ак.ч.	Лекционные занятия онлайн (вебинар) ак.ч.	Самостояте льная работа ак.ч.	Форма проверки
1.	Модуль №1: Концепция блога	10	5	5	ТК, ЕТ
2.	Модуль №2: Построение личного бренда	10	5	5	ТК, ЕТ
3.	Модуль №3: Секреты создания контента	29	14	15	ТК, ЕТ
4.	Модуль №4: Коммуникация в блоге	19	9	10	ТК, ЕТ
5.	Модуль №5: Безопасность в	10	5	5	ТК, ЕТ

	медиапространстве				
6.	Модуль №6: Стратегия ведения блога	14	7	7	ТК, ЕТ
	Итоговая аттестация	1	0	1	Тестирование
	ИТОГО	93	45	48	

ТК – текущий контроль

ЕТ – ежемесячное тестирование

2.3. Содержание программы

Модуль №1: Концепция блога

Урок 1. С чего начинается блог?

Система выстраивания блога. Алгоритм работы над блогом от идеи до реализации.

Разновидности блогов от цели, от образа блогера, от тематики контента. Связь личного бренда блогера и тематики блога. Движущая сила блога: как найти в себе силы делиться тем, что интересно, и делать это красиво.

Урок 2. Блог как вселенная: выбираем тему

Темы блога: основная и сквозные темы. Специфика выбора темы.

Распаковка личности, икигай - инструменты для поиска ключевой темы блога.

Поиск и анализ блогов схожей тематики.

Урок 3. Влюбляем в блог: определяемся с целевой аудиторией

Что входит в понятие «Целевая аудитория». Инструменты анализа целевой аудитории (castdev, интервью). Сегментирование аудитории. Форумы и комментарии как способ узнать целевую аудиторию. Портрет типичного подписчика блога.

Урок 4. Как выбрать подходящую площадку для блога

Обзор площадок для ведения блога. Связи тематики блога, особенностей целевой аудитории, формата контента и выбранной площадки. Алгоритмы площадок и ведение блога. Продвижение благодаря внутренним алгоритмам.

Модуль №2: Построение личного бренда

Урок 5. 5 элементов личного бренда блогера

Личный бренд блогера: что входит в это понятие. Код личности, образ блогера в медиапространстве.

Связь контента и личного бренда. Инструменты построения личного бренда.

Урок 6. Секреты качественного контента

Правила создания качественного контента. Типы контента для блога, функции контента в зависимости от его формата. Как отличаться среди блогеров схожих тем. Поиск авторского стиля.

Урок 7. Генерация идей: запускаем фабрику контента

Инструменты генерации контента для блога: от болей ЦА, адаптация трендов в медиасфере. Хайп. Вечные темы контента, которые цепляют аудиторию.

Урок 8. Встречают по одежке: создаем упаковку блога

Упаковка блога: визуальное оформление страницы. Связь образа блогера и стилистики страницы. Визуальный код. Цветовая палитра. Составление цепляющего описания блога.

Модуль №3: Секреты создания контента

Урок 9. Мотивация и насмотренность: где они живут?

Способы найти мотивацию вести блог. Вовлечение аудитории. Поиск идей для адаптации в своем блоге. Тренировка насмотренности благодаря анализу контента и трендов.

Урок 10. Текст как один из главных инструментов блогера

Где текст встречается в блоге (название, описание, посты, комментарии). Поиск авторского стиля. Топ-7 ошибок в написании постов.

Урок 11. Типы постов

Развлекательный, личный, экспертный, продающий пост. Специфика каждого типа поста. Схемы написания постов. Разбор кейсов.

Урок 12. Секретный рецепт интересного поста: сторителлинг

Как превращать обычные истории в увлекательный контент для блога.

Что такое сторителлинг и почему он цепляет аудиторию. Модели сторителлинга. Приёмы вовлечения: от личного опыта до метафор. Ошибки, которые превращают историю в скучный текст.

Урок 13. Визуал наповал: как создать контент, который привлечёт внимание

Психология визуала — почему одни посты задерживают взгляд, а другие пролистывают. Главные правила композиции (контраст, правило третей, акценты). Инструменты для быстрого оформления: от Canva до мобильных приложений. Тренды визуала 2025.

Урок 14. Приложения для создания визуала

Studio, Bazart, Лето.Шрифты. Самовыражение в блоге через визуал.

Простые механики создания визуала в этих приложениях. Лайфхаки и советы.

Урок 15. Фишки видеоконтента

Приемы вовлечения (первые 3 секунды, интрига, цепляющие кадры). Неочевидные форматы (сторис-сериалы, UGC, закулисы). Как оживить статистику (работа с текстом, звуком, монтажными переходами). Разбор топовых видео — почему они работают.

Урок 16. Снимаем как профессионалы: основы мобильной видеосъемки.

Настройки камеры (разрешение, стабилизация, экспозиция). Секреты света — как снять круто даже дома. Ракурсы и движение (плавные переходы, работа с фоном). Звук — как избежать «эффекта подвала». Разбор ошибок новичков + чек-лист перед съёмкой. Лайфхаки для тех, кто снимает на телефон.

Урок 17. Искусство монтажа: делаем первые шаги

Базовые принципы монтажа (тайминг, склейки, ритм). Простые программы для старта монтажа (CapCut, InShot, iMovie). Как избежать «любительских» ошибок (резкие переходы, перегруз эффектами). Практика: монтируем короткий ролик из готовых материалов. Лайфхаки для быстрого монтажа без потери качества.

Урок 18. Приложения-помощники блогера

Как найти свой набор полезных приложений в зависимости от цели и задач. Приложения: для монтажа (CapCut, VSCO, Lightroom), для графики (Canva, PicsArt, Photoroom), для записи видео, подкастов.

Урок 19. Как создавать контент с помощью искусственного интеллекта

Обзор нейросетей. Как нейросети могут помочь в ведении блога (советы, идеи контента, систематизация материалов и др.). Генерация идей и текстов для постов. Создание изображений/анимаций по запросу.

Модуль №4: Коммуникация в блоге

Урок 20. Инструменты вовлечения аудитории

Типы вовлекающего контента в разных типах блогов: опросы, тесты, челленджи, комментарии. Формат "вопрос-ответ" и как правильно его использовать. Сторис-интерактивы: голосования, слайдеры, вопросы. Как анализировать вовлеченность (метрики, реакция аудитории) Кейсы успешных блогеров: что цепляет подписчиков.

Урок 21. Как эффективно взаимодействовать с аудиторией: создаем интерактивы

Практическое руководство по общению с подписчиками. Виды интерактивов: прямые эфиры, конкурсы, марафоны. Как задавать правильные вопросы, чтобы получить максимум ответов. Техники удержания внимания в блоге. Разбор ошибок: почему интерактивы не работают.

Урок 22. Комментарии как ресурс развития блога

Анализ комментариев: как находить идеи для нового контента. Как правильно отвечать на негатив и конструктивную критику. Методы стимулирования аудитории оставлять комментарии. Как превратить комментарии в источник вдохновения

Урок 23. Образ блогера: как быть собой

Формирование аутентичного образа в соцсетях. Как найти баланс между личным и публичным. Определение уникальных черт образа. Стил подачи контента: тон общения, визуальная подача. Кейсы успешных блогеров, которые остаются собой. Искренность через контент.

Урок 24. Негатив в блоге: как реагировать правильно

Виды негатива: конструктив vs токсичные комментарии. Почему возникают хейтеры в блоге. Алгоритмы реакции в разных ситуациях. Как сохранять спокойствие и не принимать на свой счет. Техники превращения критики в пользу для блога.

Урок 25-26. Ошибки в ведении блога, которые не стоит совершать

Безликий контент, слепое следование трендам. Отсутствие стратегии. Безэмоциональность в блоге. Как исправить уже совершенные промахи. Кейсы провалов и их анализ (с разбором последствий). Практика: разбираем и исправляем ошибки на примерах

Урок 27. Контент и безопасность: как найти идеальное сочетание

Баланс между креативом и защитой личных границ. Что можно и нельзя публиковать в разных соцсетях. Как защитить личные данные (свои и подписчиков). Чек-лист безопасности перед публикацией.

Урок 28. Вау-контент: как придумать идею для блога, которая "залетит"

Технология создания вирусного контента. Где искать вдохновение для идей. Формула цепляющего контента. Трендвотчинг - как предугадать следующий хайп. Практика: генерация идей с помощью мозгового штурма.

Урок 29. Топ-5 тем, которые всегда зайдут в блоге

Темы, которые всегда привлекут внимание аудитории и помогут раскрыть глубже ваш образ, подсветить ваши особенности. Подбор формата контента под такие темы.

Модуль №5: Безопасность в медиапространстве

Урок 30. Действенные инструменты продвижения

Бесплатные способы продвижения (хештеги, геометки, коллабы, рассылки, отметки). Как работать с алгоритмами соцсетей. Платные способы продвижения. Эффективные и неэффективные стратегии продвижения. Практика: применяем инструменты к своему аккаунту.

Урок 31-32. Тренды ведения блогов 2027

Где искать тренды, как адаптировать их под свой блог. Главные тренды контента (новые форматы, платформы, стили подачи). Изменения в алгоритмах соцсетей – на что делать ставку. Перспективные ниши для новых блогеров. Технологии будущего (ИИ, VR, интерактивные форматы). Разбор успешных кейсов.

Модуль №6: Стратегия ведения блога

Урок 33. Архетипы блогеров

Пошаговый план системного развития. Анализ ниши и аудитории перед стартом. Постановка целей (охваты, продажи, личный бренд). Ситуативный контент + контент-план. Методы отслеживания эффективности. Практика: создаем индивидуальную стратегию для вашего блога.

Урок 34. Ораторское искусство для блогера

Типичные ошибки новичков в продвижении блога. Как не потерять аудиторию из-за неправильного продвижения. Анализ-разбор, какие ошибки есть в стратегии.

Уроки 35-36. Галерея блогов: обсуждаем результаты курса и вдохновляемся

Представляем свои проекты - созданные блоги. Презентация, ответы на вопросы, советы по продвижению и развитию блогов.

Итоговая аттестация: тестирование.

2.4. Кадровое обеспечение

Реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

2.5. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы

ООО «ТОЧКА ЗНАНИЙ» располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, итоговой аттестации слушателей, предусмотренных учебным планом:

Место работы преподавателя	✓ Стол компьютерный/письменный 120x60 - 1шт ✓ Кресло ARDOR GAMING Gun Shield 10B - 1шт ✓ ИБП Dexp IEC Plus LCD 3000VA - 1шт; ✓ Переходник от ИБП к сетевому фильтру - 1 шт, ✓ Сетевой фильтр с USB разъемами - 1шт ✓ Софтбокс 50x70 600BT - 1шт ✓ Лампа студийная для софтбокса 135W E27 5500K, ✓ Холодный белый свет, 135 Вт, Люминесцентная (энергосберегающая) - 4шт (запасные); ✓ Предохранители в софтбокс 3- 5А, 250V - 5 штук; ✓ Монитор 21.45" DEXP DF22N2 черный - 1шт; ✓ Микрофон петличный BOYA BY-M1 - 1шт; ✓ Apple iPad 10.2" (2021) Wi-Fi 64Gb Silver - 1шт; ✓ Apple MacBook Pro 16", M1, 16ГБ, 2021г - 1шт; ✓ Стилус WiWU Pencil Pro - 1шт; ✓ Хаб Baseus (4K@60Hz 8-in-1 STARJOY 8-PORT TYPE-C) - 1шт ✓ Патч-корд RJ 45 - 1шт ✓ Футболки (мерч) “Точка знаний” - 2 - 4 шт <u>Программы для ведения вебинаров:</u> ✓ Операционная система - macOS Sierra 10.12.6; ✓ OBS Studio - 29.0.2; ✓ AnyDesk; ✓ QuickTime player; ✓ Safari browser.
----------------------------	---

Программное обеспечение: лицензионные системные программы, обеспечивающие взаимодействие всех других программ с оборудованием и взаимодействие пользователя персонального компьютера с программами. Универсальные офисные прикладные программы и средства ИКТ, например, программа подготовки презентаций; использование Интернета, электронной почты; использование автоматизированных поисковых систем Интернета.

Информационно-образовательная среда включает в себя образовательную LMS «Точка Знаний».

Образовательная LMS «Точка Знаний» обеспечивает через Интернет доступ к:

- электронным информационным и образовательным ресурсам ООО «ТОЧКА ЗНАНИЙ»;
- доступ к нормативным и организационно-методическим документам, регламентирующим образовательный процесс в ООО «ТОЧКА ЗНАНИЙ»;
- систему электронного учёта слушателей; (см. [Положение](#))

- взаимодействие слушателей с преподавателями, организаторами образовательного процесса и администрацией ООО «ТОЧКА ЗНАНИЙ». (см. [Положение](#))

2.6. Форма аттестации и оценочные материалы

Программой предусмотрен текущий контроль в виде домашнего задания и тестов, размещенных в уроках на образовательной LMS «Точка Знаний», промежуточный контроль в виде тестов, согласно учебному плану.

Итоговая аттестация проводится в виде теста. Итоговый тест включает в себя 12-20 вопросов. Для успешного прохождения теста необходимо правильно выполнить не менее 60 % заданий.

Обучающиеся допускаются к итоговой аттестации после изучения модулей программы в объеме, предусмотренном учебным планом программы.

Оценка качества освоения учебной программы проводится в процессе итоговой аттестации в форме тестирования.

Оценка	Критерии
Зачтено	Оценка «Зачтено» выставляется обучающемуся, продемонстрировавшему твердые и всесторонние знания материалы, умение применять полученные в рамках занятий практические навыки и умения. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации демонстрировали отличный уровень знаний и умений обучающегося. Не менее 60% правильных ответов при решении теста.
Не зачтено	Оценка «Не зачтено» выставляется обучающемуся, который в недостаточной мере овладел теоретическим материалом по дисциплине, допустил ряд грубых ошибок при выполнении практических заданий, а также не выполнил требований, предъявляемых к промежуточной аттестации. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации демонстрировали неудовлетворительный уровень знаний и умений обучающегося. Менее 60% правильных ответов при решении теста.

Примеры оценочных материалов текущего контроля.

Модуль №1. Урок №2 “Блог как вселенная: выбираем тему”

Тестовая часть:

1. Выбери то, что относится к упаковке блога (отметь все верные ответы):

- а) название блога
- б) баннер вверху страницы
- в) комментарии
- г) обложки постов
- д) описание блога
- е) хештеги
- ж) аватарка

2. Каким должно быть описание блога?

- а) не использовать метафоры, сравнения. Четко и по делу
- б) обязательно обозначить имя, фамилию блогера
- в) емко и красиво написать, что интересного есть в блоге
- г) хватит приветствия и хештегов

3. Нужно ли дополнять посты картинками?

- а) не обязательно, но визуал всегда усиливает текст
- б) текст всегда должен сопровождаться фотографией или картинкой
- в) на обложке должно быть название поста, заголовок
- г) нужно, если картинка смешная или на ней есть автор блога

Задания с развернутым ответом.

1. Опиши, каким ты видишь упаковку своего блога:

цветовая гамма, оформление, какие фото/изображения в нем будут, какие обложки ты будешь создавать, какие шрифты тебе нравятся. Общее настроение и стилистика блога.

2. Отправь аватарку, которую ты используешь (или планируешь использовать) в профиле блога.

Дополнительное задание.

Составь в любом удобном редакторе или платформе коллаж (мудборд), который раскроет, каким ты бы хотел видеть свой блог (цвета, акценты, фото, изображения, шрифты, стилистика).

Примеры оценочных материалов промежуточного контроля.

Модуль №1. Ежемесячное тестирование №1

1. Что такое целевая аудитория (ЦА) блога?

- а) Все люди, которые случайно заходят на сайт
- б) люди, которым интересен контент блога и которые могут стать постоянными читателями
- в) Только подписчики в соцсетях
- г) Конкуренты автора блога

2. Какой метод помогает определить целевую аудиторию?

- а) Анализ запросов в поисковых системах

- б) Изучение комментариев и поведения читателей
 - в) Опросы и анкетирование
 - г) Все перечисленные
3. Выбери верное утверждение:
- а) в блоге может быть 3-4 ключевых темы
 - б) чем больше разного формата контента в блоге, тем лучше
 - в) нужно делать контент, ориентируясь на блоги с такой же целевой аудиторией
 - г) тему блога лучше определять, опираясь на свои интересы
4. Зачем блогеру знать пол и возраст своей ЦА?
- а) Чтобы подбирать подходящий стиль общения и темы
 - б) Чтобы игнорировать часть аудитории
 - в) Чтобы сравнивать себя с конкурентами
 - г) Это неважно, главное — количество просмотров
5. Выбери верное утверждение:
- а) обложка блога не раскрывает тему блога, а только привлекает внимание
 - б) на обложке могут быть элементы, которые отражают тему поста
 - в) на обложке не обязательно должен быть текст
 - г) в оформлении обложки
6. Почему важно сегментировать целевую аудиторию?
- а) Чтобы создавать более персонализированный контент
 - б) Чтобы увеличить охват без учета интересов
 - в) Чтобы писать только для одной группы людей
 - г) Это не влияет на эффективность блога
7. Какой критерий наиболее важен при выборе площадки для блога?
- а) Возраст аудитории платформы
 - б) Наличие встроенных инструментов для продвижения
 - в) Количество рекламодателей
 - г) Возможность адаптации контента под формат (текст/видео/аудио)
8. Как правильно выбрать тему блога?
- а) Ориентироваться только на тренды, игнорируя личные интересы
 - б) Сочетать личную экспертизу, интересы аудитории и потенциал монетизации
 - в) Копировать тему у самого популярного блогера в нише
 - г) Менять тематику каждую неделю для разнообразия
9. Почему узкая ниша часто эффективнее широкой тематики?
- а) Позволяет глубже раскрывать темы и привлекать лояльную аудиторию
 - б) Узкую нишу сложнее продвигать
 - в) В узкой нише нет конкуренции
 - г) Широкая тематика всегда лучше, потому что охватывает больше людей
10. Выбери площадки, которые ориентированы на текстовый контент:
- а) RuTube
 - б) Telegram
 - в) Яндекс.Дзен
 - г) Вконтакте
 - д) Ярмарка Мастеров

Примеры оценочных материалов итоговой аттестации.

1. Какой тип контента лучше всего подходит для быстрого вовлечения аудитории?
 - а) Длинные аналитические статьи
 - б) Краткие посты с интерактивом (опросы, вопросы)
 - в) Репосты чужих публикаций
 - г) обложки без подписей
2. Какой из перечисленных форматов НЕ относится к основным типам постов в блоге?
 - а) Обзор товара/услуги
 - б) Личный опыт (сторителлинг)
 - в) Новостной пост
 - г) Рекламный баннер без пояснений
3. Какой принцип монтажа видео для блога считается наиболее важным?
 - а) Максимально длинные планы без склеек
 - б) Динамичный ритм (частые склейки, смена ракурсов)
 - в) Отсутствие музыки и текста
 - г) Использование только чёрно-белой цветокоррекции
4. Как инструменты используются для монтажа видео в блогах?
 - а) Bazart
 - б) CapCut
 - в) Microsoft Excel
 - г) InStories
 - д) Inshot
5. Какой тип поста лучше всего подходит для вовлечения аудитории и демонстрации экспертности?
 - а) Развлекательный мем или комикс
 - б) Подробный обзор с преимуществами и недостатками + визуал
 - в) Пост с хештегами по теме поста
 - г) Абстрактное художественное фото
6. Что такое сторителлинг в ведении блога?
 - а) Публикация статистических данных, исследований
 - б) Подача информации через личную историю или опыт
 - в) Продажа товаров без объяснений
 - г) Размещение только рекламных материалов
7. Какой элемент НЕ обязателен в монтаже видео для блога?
 - а) Чёткий звук
 - б) Заставка с названием канала
 - в) Эффекты на каждом кадре
 - г) Субтитры для зрителей без звука
8. Какой тип контента чаще всего вызывает больше всего комментариев?
 - а) Провокационные вопросы или дискуссии
 - б) Много эмоций без подробностей
 - в) Длинные технические инструкции
 - г) Личные фото без описания
9. Перед запуском блога о здоровом питании блогер анализирует аудиторию.

Какой параметр НЕ является ключевым для определения ЦА?

- а) Возраст и пол
- б) Геолокация (страна/город проживания)
- в) Любимый цвет аудитории (например, предпочтение синего или красного)
- г) Интересы и боли (например, поиск рецептов для быстрых завтраков)

10. Какой приём помогает удержать внимание зрителя в видео?

- а) Монотонная речь без эмоций
- б) Яркий визуал и смена планов каждые 3-5 секунд
- в) Отсутствие текста и субтитров
- г) Фоновая музыка на весь ролик без пауз

2.7. Список рекомендованной литературы

1. Банковская М.А., Гиль И.В., Герасимова Г.И. Роль социальных медиа в формировании межкультурных коммуникаций // Всероссийские научные чтения – 2025: сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. – Петрозаводск: Международный центр научного партнёрства «Новая Наука», 2025. – С. 20–25.
2. Гаязова Э. Б. Аспекты формирования личного бренда в социальных сетях // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. С. 102–107.
3. Калашникова А.А., Калашников И.А. От блога 1.0 к блогу 2.0: эволюция жанра // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 6. – С. 241–246.
4. Лысенко М.В. Особенности коммуникации современных медиа-ресурсов с аудиторией // Colloquium-journal. – 2019. – № 14-4 (38). – С. 115–117.
5. Рыбалко В., Полонский А.В. Блог как инструмент современных коммуникаций (на материале официальных блогов журнала «Искусство кино», 2014 г.) // Проблемы лингвистики и лингводидактики: международный сборник научных статей. Вып. III. – Белгород: Политекра, 2016. – С. 113–117.
6. Ульянова М.А. Основные особенности интернет-блога и комментария к блогу // Научные труды Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского. Сер. «Гуманитарные науки»: материалы Региональной университетской научно-практической конференции (Калуга, 17 февраля – 2 марта 2015 г.). – Калуга: Изд-во Калужского гос. ун-та им. К.Э. Циолковского, 2015. – С. 358–362.

2.8. Список использованной литературы

1. Азаренок, А. Активируй свой персональный бренд / А. Азаренок. – Москва : Бомбора, 2023. – 240 с.
2. Концепция развития медиаобразования в Российской Федерации : утв. Минобрнауки России. – М., 2022. – 24 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 218 с.
4. Макки Р. Сториномика: Как создать увлекательный сюжет для книги, фильма или рекламы / Р. Макки; пер.с англ. И.Ющенко. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 392 с.
5. Моделирование образовательных процессов в ОУ с учётом ФГОС ООО и ФГОС НОО. Фролов С.И., Егорова Е.Н. // Современное образование. Наука и практика. 2014. №2 (3). С. 78–81.
6. Непряхин Н.Ю. Убеждай и побеждай: Секреты эффективной аргументации / Н.Ю. Непряхин. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 274 с.
7. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ

(ред. от 24.04.2024) // Собрание законодательства РФ. – 2012. – № 53 (ч. 1). – Ст. 7598.

8. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования : утв. Приказом Минпросвещения России от 31.05.2021 № 287 // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения: 25.07.2026).

2.8.1. Электронные ресурсы

1. Электронная библиотека <https://elibrary.ru/>
2. Цифровая грамотность /Портал «Единый урок.рф» <https://www.xn--d1abkefqip0a2f.xn--p1ai/>
3. Безопасность в интернете // Проект Роскомнадзора <https://rkn.gov.ru/>
4. Онлайн-тренажёр на платформе «Точка Знаний»