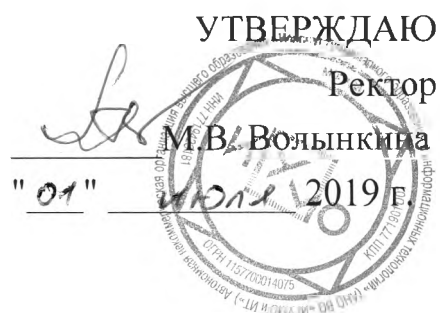


АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор  
М.В. Волянкина  
"01" июля 2019 г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
**ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО БЛОГИНГА**

Руководители программы - М. Волянкина, А. Афонин

Москва 2019

## 1. Цель программы и ее характеристика

**Целью** дополнительной образовательной программы «Институт профессионального блогинга» является формирование навыков и профессиональных компетенций представления своих интересов в социальных сетях, развитие культуры взаимоотношений и горизонтальных коммуникаций, обучение созданию качественного культурно-ориентированного социального аккаунта.

Реализация образовательной программы осуществляется в АНО ВО «Институт гуманитарного образования и информационных технологий». Обучение осуществляется в очной форме.

**Объем** дополнительной образовательной программы составляет 450 часов, из них 120 аудиторных часов и 330 внеаудиторных часов. Срок получения образования по программе - 7,5 месяцев (30 недель). Количество аудиторных часов в неделю составляет – 4 академических часа. Обучение осуществляется по субботам.

## 2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников программы и ожидаемые результаты освоения программы

**Область профессиональной деятельности** выпускников, освоивших программу, включает:

- коммуникационные процессы в социальных сетях;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники маркетинговой и дизайнерской деятельности;
- общественное мнение.

**Объектами профессиональной деятельности** выпускников, освоивших дополнительную образовательную программу, являются:

- Видеоблоги (влоги) на Youtube;

- Текстовые блоги - Livejournal, Vkontakte, Facebook и др. и специальные площадки для ведения блогов (Blogger, Medium, Tilda);

- Фотоблоги в Instagram, Pinterest, Tumblr;

- Микроблоги в Twitter.

**Виды профессиональной деятельности**, к которым готовятся выпускники, освоившие дополнительную образовательную программу:

проектная,  
коммуникационная,  
рекламно-информационная,  
информационно-технологическая.

Выпускник, освоивший дополнительную образовательную программу, готов решать следующие **профессиональные задачи**:

***проектная деятельность:***

проектирование собственных блогов, обеспечение средств и методов реализации проектов;

***коммуникационная деятельность:***

создание эффективной коммуникационной среды, обеспечение коммуникации с пользователями социальных сетей.

***рекламно-информационная:***

разработка и подготовка к посту рекламного продукта, выбор эффективных средств создания рекламного продукта, презентация его широкому кругу Интернет пользователей.

***информационно-технологическая:***

осуществление поиска информации, разработка презентационного материала, технологическое обеспечение Интернет-поста.

**Ожидаемые результаты освоения программы**

В результате освоения дополнительной образовательной программы у выпускника формируются общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший дополнительную образовательную программу, должен обладать следующими **общекультурными компетенциями**:

ОК 1. Понимать сущность, социальную значимость профессии блогера, а также ответственность в создании блога, проявлять к блогингу устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать креативные методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество, создавать собственную контент-стратегию.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Использовать информационно-коммуникационные технологии в блогинге.

ОК 5. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием.

ОК 6. Ориентироваться в условиях частой смены Интернет-технологий и блог-платформ.

ОК 7. Понимать эстетическую сторону самопрезентации.

ОК 8. Использовать возможности собственного голоса, владеть им как профессиональным инструментом.

ОК 9. Владеть основами экономических и правовых знаний профессионального блогинга.

ОК 10. Владеть информационной и коммуникативной культурой, базовыми приемами передачи информации в текстовом и графическом формате.

ОК 11. Владеть базовыми умениями командообразования.

Выпускник, освоивший дополнительную образовательную программу, должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями**:

ОПК 1. Осуществлять профессиональные функции в области блогинга.

ОПК 2. Владеть знаниями и навыками тайм-менеджмента в блогинге.

ОПК 3. Владеть базовыми знаниями основных блог-платформ.

ОПК 4. Владеть профессиональными навыками работы в кадре.

ОПК 5. Владеть основами профессиональных коммуникаций.

ОПК 6. Владеть способностью заключения договоров с юридическими и физическими лицами.

ОПК 7. Владеть основами составления современного текста в соответствии с интересами подписчиков.

ОПК 8. Владеть общими знаниями о запуске Интернет-проекта.

Выпускник, освоивший дополнительную образовательную программу, должен обладать следующими **профессиональными компетенциями**:

ПК 1.1. Осуществлять поиск идей для собственных блогов.

ПК 1.2. Осуществлять художественное оформление и выбор оптимальных средств для собственного поста.

ПК 1.3. Создавать сценарии для видеоконтента.

ПК 1.4. Выстраивать работу с блог-агентствами.

ПК 1.5. Владеть стратегиями продвижения блога.

ПК 1.6. Заключать договорные отношения с заинтересованными

юридическими и физическими лицами, защищать авторские права.

ПК 1.7. Создавать коллажи, афиши, подбирать шрифты и иллюстрации, выполнять другие графические работы для поста.

ПК 1.8. Работать с CMS-системами и веб-конструкторами.

ПК 1.9. Запускать и продвигать Интернет-проект.

ПК 1.10. Выявлять требования целевых групп пользователей на основе анализа рынка.

### 3. Структура программы

Дополнительная образовательная программа состоит из 7 профессиональных модулей и итоговой аттестации. Общий объем программы составляет 450 часов.

Структура программы	Объем программы		
	Аудиторные часы	Внеаудиторные (самостоятельные) часы	Всего часов
Модуль 1	16	40	56
Модуль 2	24	60	84
Модуль 3	16	40	56
Модуль 4	16	40	56
Модуль 5	16	40	56
Модуль 6	12	30	42
Модуль 7	16	40	56
<b>Итоговая аттестация</b>			44
- подготовка проекта		40	
- защита проекта	4		
<b>Итого</b>	<b>120</b>	<b>330</b>	<b>450</b>

**Форма текущей аттестации** – тестирование по каждому модулю.

**Форма итогового контроля** - защита самостоятельно разработанного проекта в сфере блогинга.

#### 4. Тематический план и календарный график

№ п/п	Наименование темы	Ведущие преподаватели	Кол-во аудиторных часов	К-во недель
<b>МОДУЛЬ 1. БЛОГИНГ КАК ПРОФЕССИЯ</b>			<b>16</b>	<b>4</b>
1.	<p><b>Разработка образа блогера.</b> Блогинг - это профессия или образ жизни? Чем отличается образ и личность блогера? Как найти себя в блогинге? Психология блогинга – в чем секреты успеха?</p>	<p><b>Андрей Афонин,</b> легендарный блогер, создатель канала «Афоня ТВ»</p>	2	
2.	<p><b>Личный бренд блогера.</b> Как устроены бренды известных блогов в рунете и в мире? Как построить свой бренд и сохранять его? Как создать собственную контент-стратегию? Кейсы популярных блогеров.</p>	<p><b>Роман Козлов,</b> креативный директор, разработчик более 30 брендов, декан факультета рекламы ИГУМО и колледжа МКИК</p>	4	
3.	<p><b>Особенности основных блог-платформ.</b> Как работать с Youtube и Instagram? Чем могут быть полезны Twitter, Facebook, ВКонтакте? Как не попасть под блокировку?</p>	<p><b>Андрей Афонин,</b> легендарный блогер, создатель канала «Афоня ТВ»</p>	4	

4.	<b>Тайм-менеджмент для блогера.</b> Как успевать вести профессиональный блог и вести личную жизнь? Как распределять усилия и накапливать энергию? Как организовать себя, чтобы при этом не потерять творческого «запала»?	<b>Роман Козлов,</b> креативный директор, разработчик более 30 брендов, декан факультета рекламы ИГУМО и колледжа МКИК	4	
5.	<b>Работа блогера над собой.</b> Что должен уметь видеоблогер в 2020 году? Как найти собственный путь профессионального развития? Как развиваться после первого успеха?	<b>Андрей Афонин,</b> легендарный блогер, создатель канала «Афоня ТВ»	2	
<b>МОДУЛЬ 2. ВИДЕОБЛОГИНГ</b>			<b>24</b>	<b>6</b>
6.	<b>Работа в кадре.</b> Как подбирать одежду и аксессуары для съемок? Нужно ли применять грим? Что такое стендап и синхрон?	<b>Татьяна Ворожцова,</b> шеф-редактор и продюсер телепроектов для федеральных каналов, редактор онлайн СМИ	4	
7.	<b>Основы операторского искусства.</b> Правило 3 секунд, наезды-отъезды-панорамы. Субъективная камера.	<b>Измаил Кожемов,</b> режиссёр документальных фильмов	8	

8.	<p><b>Основы видеомонтажа.</b> Монтажная съемка. Монтаж: прямые и кривые-косые склейки, внутренняя логика видео, смена планов. Чего лучше не делать? Надо ли использовать спец эффекты?</p>	<p><b>Измаил Кожемов,</b> режиссёр документальных фильмов</p>	8	
9.	<p><b>Владение собственным голосом.</b> Как научиться говорить свободно, красиво и убедительно? Как победить распространенные речевые ошибки? Как сделать голос безотказным рабочим инструментом?</p>	<p><b>Руфина Козлова,</b> кандидат филологических наук, доцент, ведущий специалист по ораторскому искусству</p>	4	
<b>МОДУЛЬ 3. ЭКОНОМИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО БЛОГИНГА</b>			<b>16</b>	<b>4</b>
10.	<p><b>Монетизация блога.</b> На чем зарабатывают блогеры? Как прийти к постоянному доходу с делать блогинг доходной профессией? Как добиться постоянного роста доходов? Как взаимодействовать с платформами для вывода денег?</p>	<p><b>Андрей Афонин,</b> легендарный блогер, создатель канала «Афоня ТВ»</p>	4	



11.	<p><b>Инфлюэнсер-маркетинг.</b>          Как стать интересным для рекламодателей?          Как выстроить работу с блог-агентствами?          Каких ошибок нужно избегать, заключая рекламные сделки?</p>	<p><b>Роман Козлов,</b>          креативный директор, разработчик более 30 брендов, декан факультета рекламы ИГУМО и колледжа МКИК</p>	4	
12.	<p><b>Стратегия продвижения блога.</b>          Где и как рекламировать себя?          Какие ресурсы позволяют повысить популярность?</p>	<p><b>Роман Козлов,</b>          креативный директор, разработчик более 30 брендов, декан факультета рекламы ИГУМО и колледжа МКИК</p>	4	
13.	<p><b>Продажи интеграций и нативной рекламы.</b>          Как предложить спонсорам свой блог?          Какие виды спонсорской интеграции в видеоконтент популярны на рынке? В чем особенности производства и согласования нативной рекламы?</p>	<p><b>Татьяна Ворожцова,</b>          шеф-редактор и продюсер телепроектов для федеральных каналов, редактор онлайн СМИ</p>	4	

	<b>МОДУЛЬ 4. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ БЛОГИНГА</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	
14.	<p><b>Блогинг в рамках закона.</b> Каковы плюсы и минусы работы в легальном поле? Нужны ли блогеру юрлицо, лицензия и печать? Какую организационно-правовую форму выбрать? Как организовать денежные потоки?</p>	<p><b>Марина Волынкина,</b> д-р юрид. наук, создатель онлайн-проектов «Одаренные дети», «Евразийское женское сообщество», соучредитель международного сообщества Rease 50, ректор ИГУМО и МКИК, <b>Павел Дадян,</b> кандидат юридических наук, юрисконсульт музыкального лейбла «Мороз Рекордс»</p>	4	
15.	<p><b>Основы договорного права.</b> Как правильно заключать договоры со спонсорами? Нужны ли договоры с командой блогера: оператором, монтажером, пиарщиком? Как составить и как проверить договор?</p>	<p><b>Марина Волынкина,</b> доктор юридических наук, создатель онлайн-проектов «Одаренные дети», «Евразийское женское сообщество», соучредитель международного сообщества Rease 50, ректор ИГУМО и МКИК</p>	4	
16.	<p><b>Авторское право в блогинге</b> Что такое исключительные права, и чем они отличаются от авторских? Как можно использовать чужие фотографии и видео-контент? Как защитить свой контент от воровства и пиратства</p>	<p><b>Марина Волынкина,</b> доктор юридических наук, создатель онлайн-проектов «Одаренные дети», «Евразийское женское сообщество», соучредитель международного сообщества Rease 50, ректор ИГУМО и МКИК</p>	4	

17.	<b>Конфликты в публичном поле.</b> Как избежать обвинений в диффамации? Как защитить свою честь и достоинство законным путем? Может ли блогер соперничать с крупной компанией в юридическом поле?	<b>Марина Волынкина,</b> доктор юридических наук, создатель онлайн-проектов «Одаренные дети», «Евразийское женское сообщество», соучредитель международного сообщества Pease 50, ректор ИГУМО и МКИК, <b>Павел Дадян,</b> кандидат юридических наук, юрисконсульт музыкального лейбла «Мороз Рекордс»	4	
<b>МОДУЛЬ 5. РАБОТА С КОНТЕНТОМ В БЛОГИНГЕ</b>			<b>16</b>	<b>4</b>
18.	<b>Секреты написания текстов.</b> Поиск идеи для поста, сюжета, кампании. Чем блогеру полезны инструменты сторителлинга? Как применять принцип перевернутой пирамиды, 5 W + H и другие методы создания крутых текстов?	<b>Татьяна Ворожцова,</b> шеф-редактор и продюсер телепроектов для федеральных каналов, редактор онлайн СМИ	4	
19.	<b>Работа с текстами онлайн.</b> В чем особенности работы с текстами в Instagram, Youtube и на других платформах?	<b>Юлия Ракова,</b> блогер, директор по маркетингу GetResponse, эксперт по цифровым медиа и соцсетям	4	

20.	<p><b>Обработка изображений в графических редакторах.</b></p> <p>Как обработать собственную фотографию и создать с ней коллаж? Как сверстать собственную афишу? Как подобрать шрифты и иллюстрации для поста?</p>	<p><b>Евгения Супруцкая,</b> Графический дизайнер, издатель, декан колледжа издательского дела МКИК</p>	4	
21.	<p><b>Создание сценариев для видеоконтента.</b></p> <p>Как видеоблогеру может помочь сценарное искусство? Какие сюжетные ходы можно использовать в блоге? Как использовать опыт лучших голливудских и российских сценаристов?</p>	<p><b>Татьяна Ворожцова,</b> шеф-редактор и продюсер телепроектов для федеральных каналов, редактор онлайн СМИ</p>	4	
<b>МОДУЛЬ 6. СОЗДАНИЕ КОМАНДЫ И РАБОТА С ФАН-СООБЩЕСТВОМ</b>			<b>12</b>	<b>3</b>
22.	<p><b>Основы лидерства.</b></p> <p>Как перейти от «сольной» работы к созданию большого проекта? Как стать лидером собственной команды?</p>	<p><b>Юлия Ракова,</b> блогер, директор по маркетингу GetResponse, эксперт по цифровым медиа и соцсетям</p>	4	

23.	<b>Работа с творческой командой.</b> Ключевые профессии в блогинге. Где искать сотрудников и единомышленников? Как ставить задачи и контролировать исполнение? Как успешно разрешать конфликты?	<b>Юлия Ракова,</b> блогер, директор по маркетингу GetResponse, эксперт по цифровым медиа и соцсетям	4	
24.	<b>Работа с фан-сообществом.</b> Как растить собственное-фан-сообщество? Какие мероприятия можно проводить для фанов? Как вести модерацию комментариев? Что делать с хейтерами?	<b>Юлия Ракова,</b> блогер, директор по маркетингу GetResponse, эксперт по цифровым медиа и соцсетям	4	
<b>МОДУЛЬ 7. ВЕБ-РАЗРАБОТКА И ВЕБ-АНАЛИТИКА</b>			<b>16</b>	<b>4</b>
25.	<b>Все, что нужно знать для запуска интернет-проекта.</b> С чего начать? Какие знания нужны?	<b>Роман Пискунов,</b> заместитель ректора ИГУМО по системной аналитике и развитию интернет-проектов, эксперт по разработке и продвижению сайтов, вебмастер	4	
26.	<b>Интенсив по HTML и CSS.</b> Как работать с популярными CMS-системами и веб-конструкторами uCoz, Wix, Webasyst, 1C-UMI, Tilda.	<b>Роман Пискунов,</b> заместитель ректора ИГУМО по системной аналитике и развитию интернет-проектов, эксперт по разработке и продвижению сайтов, вебмастер	8	

27.	<b>Как продвигать интернет-проект?</b> Самое главное в SEO, или как попасть на первые страницы поисковиков? Какие инструменты веб-аналитики использовать? Какие платные инструменты продвижения оправданы, а какие нет?	<b>Роман Пискунов,</b> заместитель ректора ИГУМО по системной аналитике и развитию интернет-проектов, эксперт по разработке и продвижению сайтов, вебмастер	4	
	<b>Итоговая аттестация</b>			
	- подготовка проекта			<b>3</b>
	- защита проекта		<b>4</b>	<b>1</b>
			<b>120</b>	<b>30</b>

## 5. Перечень рекомендуемой литературы и Интернет-ресурсов

1. Гриффин З. Как стать успешным влогером. – М.: АСТ, 2017. – 279 с.
2. Гудина Р. YouTube: «Волшебная кнопка» успеха. Создай канал на миллион просмотров! – М.: АСТ, 2017. – 159 с.
3. Кетро М. Как сделать так, чтобы тебя любили. (В Интернете). – М.: АСТ, 2017. – 88 с.
4. Клеон О. Кради как художник. 10 уроков творческого самовыражения. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 176 с.
5. Кононов Н. Автор, ножницы, бумага. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 272 с.
6. Кудряшов Д., Козлов Е. Администратор Instagram. Руководство по заработку. – М.: АСТ, 2018. – 320 с.
7. Нилова Л. Поп-арт маркетинг: Insta-грамотность и контент-стратегия. – М.: АСТ, 2017. – 288 с.
8. Соболев Н., Назарчук Р., Жуковский К. YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег. – М.: АСТ, 2017. – 384 с.
9. Соболева Л. Феномен Инстаграма. Как раскрутить свой аккаунт и заработать. – М.: АСТ, 2017. – 272 с.
10. Шер Б., Готтлиб Э. Мечтать не вредно. Как получить то, чего действительно хочешь. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 336 с.
11. <https://www.youtube.com/channel/UCLQgW5IpinVwprk3BA9GxQ>