

**Комитет по образованию г.Барнаул
Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования
«Дом художественного творчества детей»**

Принята на заседании
педагогического совета
протокол № 2 от_31.05.2023г



**Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа художественной направленности
«Стратегия стиля»**

Школы юного модельера «Мой стиль»

возраст обучающихся 10 – 18 лет
срок реализации – 2 года

авторы-составители:
**Пестерева Ольга Николаевна,
Самосенко Анастасия Сергеевна**
педагоги дополнительного образования

Барнаул-2023

Содержание.

| | |
|--|---------------|
| 1 Комплекс основных характеристик. | 2 стр |
| 1.1. пояснительная записка | 2 стр |
| 1.2. учебный план | 5 стр |
| 1.3. содержание программы | 8 стр |
| 2. Комплекс организационно-педагогических условий | 10 стр |
| 2.1. формы аттестации, оценочные материалы | |
| 2.2. условия реализации программы | 11 стр |
| методическое обеспечение | |
| - кадровое обеспечение | |
| - материально-техническое обеспечение | |
| - календарный учебный график | |
| 3. Список литературы | 12 стр |
| Приложение | 14 стр |

1. Комплекс основных характеристик

1.1. Пояснительная записка.

Программа имеет художественную направленность, вид программы - интегрированная, реализуется в творческом объединении Школа юного модельера «Мой стиль» МБУ ДО «ДХТД». Обучение по данной программе направлено на удовлетворение образовательных потребностей учащихся в области современной индустрии моды, таких ее разделах, как: личный бренд, виртуальная среда, креативные индустрии в сфере моды и т.д.

Программа разработана в соответствии со следующими нормативно-правовыми документами:

- Конвенция ООН о правах ребенка;
- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- «Концепция развития дополнительного образования детей до 2030г» утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации № 678-р от 31.03.2022г;
- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020 № 41 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4. 3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;
- Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 № 09-3242 «Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Закон Алтайского края от 04.09.2013 № 56-ЗС «Об образовании в Алтайском крае»;
- Приказ Главного управления по образованию и делам молодежи Алтайского края от 19.03.2015 № 535 «Об утверждении методических рекомендаций по разработке дополнительных общеобразовательных (дополнительных общеразвивающих) программ»;
- Устав МБУ ДО «ДХТД»;
- Положение о дополнительных общеобразовательных общеразвивающих и рабочих программах, реализуемых в МБУ ДО «Дом художественного творчества детей».

Стиль – это не только манера одеваться и вести себя, это форма жизни и деятельности, характеризующая особенности поведения, склада мышления и особенности общения. Обучение по программе «Стратегия стиля» помогает обучающимся, используя принципы функциональной грамотности понятие функциональной грамотности включает в себя способность учащихся применять предметные знания и базовые навыки для решения повседневных задач, умение комплексно решать проблемы разной степени сложности в ситуациях, выходящих за рамки учебного пространства), научиться эффективно использовать имеющиеся ресурсы, чтобы формировать собственный стиль, помочь в выборе дальнейшего самоопределения в области современной индустрии моды .

Актуальность программы заключается в своевременном обновлении содержания программы, в соответствии с темпом развития модной индустрии, что создает условия для выявления потенциала учащихся и возможности для их самореализации. Также, программа «Стратегия стиля» предусматривает актуализацию уже имеющихся у учащихся знаний (полученных в рамках школьной программы либо саморазвития) и знаний, полученных ранее в процессе обучения по общеобразовательной программе «Подиум класс», Школы юного модельера «Мой стиль»

Уникальность заключается в вариативности программы, связанной с обеспечением разнообразия содержания ее разделов, исходя из образовательных запросов, интересов учащихся, что дает им возможность проявить себя в различных направлениях:

- дизайн, графический дизайн и мода,
- виртуальная и цифровая среда,

- исполнительские и визуальные искусства,
- музеи и галереи,
- реклама и маркетинг,
- архитектура,
- ремесла,
- кино, телевидение, видео, радиовещание и фотография,
- издательская деятельность и т.д.

Обучение по данной программе обеспечивает формирование представлений у учащихся о современных сферах креативных индустрий и технологий, основных характеристиках современного мира, творчества, общества, формирует ценностного отношения к культурному наследию. Программа построена так, чтобы не препятствовать проявлению инициативы обучающихся в личных творческих идеях, способствовать дальнейшему профессиональному самоопределению в области креативных индустрий и стремлению применять полученные знания на практике, желанию экспериментировать и самосовершенствоваться.

Перечень и характеристика учебных разделов

1. Развитие личного бренда.

Знакомство со стратегией **развития личного бренда**, формирует личностные и межличностные умения, навыки создания продуктов, процессов и систем во взаимосвязи с содержанием современных компетенций и грамотности, соответствующие актуальным вызовам будущего.

2. Виртуальная среда и метавселенная

Формирование представлений о **виртуальной среде и метавселенной** включает в себя освоение отдельных технологий медиа и знакомство с особенностями использования социальных сетей, с характеристиками современной цифровой эпохи и ускоряющейся трансформацией рынка труда. Также, обучающиеся приобретают навыки использования отдельных цифровых сервисов, инструментов управления и контента для образовательной и творческой деятельности.

3. Основы креативных индустрий в сфере моды

Введение в **основы креативных индустрий в сфере моды** обеспечивает ознакомление с современными сферами моды и профессиями, а также профессиями будущего. Приобретение знаний в данной области способствует профессиональному самоопределению и формирует навыки планирования карьеры

Основной формой работы по программе является **проектная деятельность**, а также элементы экспериментальной и исследовательской деятельности.

Педагогическая целесообразность

Обучение по программе помогает научиться презентовать свою деятельность, себя и свой личный бренд, развивает коммуникативные умения и навыки.

В процессе занятий по программе создаются условия для развития творческого мышления, формирования информационной и технологической культуры, реализации интересов обучающихся в сфере проектирования и создания продуктов в офлайн, онлайн и цифровой среде.

Через использование инструментов нетворкинга и коллаборации формируются навыки работы в команде, развитие лидерских качеств и первоначальный опыт основ предпринимательской деятельности.

Адресат программы.

Возраст обучающихся 10-18 лет. Программа адресована обучающимся, имеющим запрос на актуализацию знаний о современном мире моды, заинтересованным в личностном росте и желающим приобрести базовые навыки создания продуктов в сфере креативных индустрий.

Содержательный компонент программы учитывает **возрастные особенности обучающихся.**

Подростковый возраст (10-15 лет) – это возраст психофизиологических изменений, это новые потребности, которые раньше не волновали подростка, это новые возможности, в том числе интеллектуальные, которые теперь позволяют по-иному представить окружающую жизнь, себя, других людей. Данная программа позволяет развить познавательный интерес к области креативных индустрий, являющейся одной из актуальных сфер современного общества.

У подростков возникает особая форма самосознания – рефлексия. В программу «Стратегия стиля» включены такие темы, как личный бренд и персональная миссия личности. В совокупности с возрастными особенностями и опытом, который получают подростки благодаря самопознанию, занятия по программе закладывают основы самовоспитания и определяют вектор личностного становления.

Подростковый кризис (10-12 лет) – кризис отношений, ребенок становится более ориентированным на сверстников и ему необходимо состояться в этих отношениях. Ведущий вид деятельности обучающихся этого возраста – общение со сверстниками. Это определяет такие формы занятий, как коллективно-творческое занятие, творческие проекты (коллаборации) и т.п. Кризис 15 лет – это переход в новый возрастной период, который характеризуется сменой мировоззрения, ориентации в мире вещей.

Ведущим видом деятельности обучающихся юношеского возраста (16-18 лет) является профессиональное самоопределение. Психологическое содержание этого этапа связано с развитием самосознания, самосовершенствования и вступлением во взрослую жизнь. Формируются профессиональные интересы, способность строить жизненные планы, утверждается самостоятельность личности. В программу включены посещения мастер-классов, экскурсии, творческие встречи с представителями креативных индустрий, что помогает обучающимся получить основы профессиональных знаний, создает условия творческой пробы себя в области моды, способствует профессиональному самоопределению.

Цель программы - формирование функциональной грамотности обучающихся посредством знакомства с основными направлениями в области креативных индустрий в сфере моды.

Задачи:

Предметные:

- формирование специальных умений и навыков креативной личности таких как, гибкость, беглость, оригинальность, разработанность;
- обучить основам работы в медиaprостранстве;
- обучить приемам и процессам творческих партнерских коллабораций;
- формировать у обучающихся систему знаний, умений и навыков в области индустрии моды через обеспечение интеграции ее с личностным развитием и самопрезентации;
- развить познавательный интерес к области креативных индустрий.

Метапредметные:

- развить коммуникативные, инновационные, организационные компетенции;
- развить творческую активность через индивидуальное раскрытие способностей каждого обучающегося;
- развить эстетическое восприятие и творческое воображение;
- формирование понимания значения «культурный код», ценностного отношения к культурному наследию страны, развитие навыков его использования в творчестве;
- развитие способности эффективно выбирать, анализировать, систематизировать и интерпретировать информацию из различных информационных источников ;

Личностные:

- привить навыки работы в группе; формировать культуру общения;
- формировать позитивную внутреннюю позицию личности по отношению к ускоряющейся трансформации окружающей социальной действительности;
- воспитывать в обучающихся умения совершать правильный выбор в условиях возможного негативного воздействия информационных ресурсов;
- формировать навыки объективной самооценки;

- развить навыки работать самостоятельно, мобилизуя необходимые ресурсы, правильно оценивая смысл и последствия своих действий.

Ожидаемые результаты:

Предполагается, что по завершению программы, учащиеся

будут знать:

- основы работы в медиапространстве
- алгоритм и методы создания личного бренда
- основные сферы индустрии моды и креативных индустрий
- приемы и процессы творческих партнерских коллабораций

будут уметь:

- презентовать себя в выбранном направлении индустрии моды
- работать с основными инструментами создания личного бренда
- эффективно выбирать, анализировать, систематизировать и интерпретировать информацию различных информационных источников

У обучающихся будут сформированы:

- навыки работы в медиапространстве
- навыки самопрезентации
- навыки работать самостоятельно, мобилизуя необходимые ресурсы, правильно оценивая смысл и последствия своих действий

Оказано содействие в развитии специальных умений и навыков креативной личности

Режим организации занятий по данной дополнительной общеобразовательной программе определяется календарным учебным графиком и соответствует нормам, утвержденным СанПин.

Объем, уровни и срок реализации данной программы .

Срок реализации - 2 года, уровень обучения – углубленный,

объем - 216 часов.

Форма обучения – очная, обучение ведется на русском языке.

Формы занятий: групповые. Обучение с дифференцированным подходом, через технологию коммуникативного обучения.

Режим занятий по 2 часа на одну группу 1 раз в неделю (2 часа в неделю на группу) для первого года обучения; и по 2 часа на одну группу 2 раза в неделю (4 часа в неделю на одну группу) для второго года обучения.

Количество обучающихся в группе от 10 до 18 человек.

Учебный план

| Учебные разделы/темы | уровни и года обучения | | | | | |
|--|------------------------|----------|-------|---------|----------|-------|
| | Углубленный | | | | | |
| | 1-й год | | | 2-й год | | |
| | теория | практика | всего | теория | практика | всего |
| Организационные занятия | 2 | - | 2 | 2 | - | 2 |
| Личный бренд | 10 | 8 | 18 | 16 | 22 | 38 |
| Виртуальная среда | 10 | 8 | 18 | 16 | 20 | 36 |
| Основы креативных индустрий в сфере моды | 12 | 6 | 18 | 12 | 20 | 32 |
| Создание продуктов в индустрии моды | 8 | 8 | 16 | 12 | 24 | 36 |

| | | | | | | |
|-------|----|----|-----------|----|----|------------|
| итого | 42 | 30 | 72 | 58 | 86 | 144 |
|-------|----|----|-----------|----|----|------------|

Учебно-тематический план

1 год обучения

Цель – Формирование общих представлений об областях креативных индустрий.

Задачи обучения:

- формировать специальные умения и навыки креативной личности
- развивать познавательный интерес к области креативных индустрий
- формировать позитивную внутреннюю позицию личности и воспитывать в обучающихся умения совершать правильный выбор в условиях возможного негативного воздействия информационных ресурсов

Планируемые результаты обучения

По окончании 1 года обучения дети будут:

| | |
|--|---|
| Знать: | Уметь: |
| Основы работы в медиапространстве | Презентовать себя в любом из указанных в программе направлении индустрии моды |
| Алгоритм и методы создания личного бренда | Обладать базовыми навыками работы с инструментами создания личного бренда |
| Иметь представления об основных сферах индустрии моды и креативных профессий | работать с различными информационными источниками |

| № п/п | Название темы | Количество часов | | | Формы аттестации |
|-------|--|------------------|--------|----------|---------------------------|
| | | всего | теория | практика | |
| | Организационные занятия | | | | |
| 1 | Правила поведения. Техника безопасности. | 2 | 2 | - | Опрос |
| | Личный бренд | | | | |
| 2 | Имидж и его составляющие | 10 | 6 | 4 | Опрос |
| 3 | Персональная миссия личности | 8 | 4 | 4 | Коллективная рефлексия |
| | Виртуальная среда | | | | |
| 4 | Кибербезопасность информационном пространстве | 4 | 2 | 2 | Опрос, контроль |
| 5 | Диджитал искусства | 4 | 2 | 2 | практической работы |
| 6 | Современное информационное пространство | 4 | 2 | 2 | |
| 7 | Индустрия моды в Метавселенной | 6 | 2 | 4 | Самостоятельная работа |
| | Основы креативных индустрий в сфере моды | | | | |
| 8 | Профессии в сфере моды | 10 | 4 | 6 | Опрос, наблюдение |
| 9 | Особенности развития современной моды, глобальные тенденции и тренды | 4 | 4 | 0 | |
| 10 | Нетворкинг и партнерские коллаборации | 4 | 4 | 0 | Коллективная рефлексия |

| | Создание продуктов в индустрии моды | | | | |
|----|--|---|---|---|------------------------|
| 11 | Создание концепции будущего проекта | 8 | 2 | 6 | Самостоятельная работа |
| 12 | Коллаборации - от идеи к продукту | 8 | 2 | 6 | Коллективная рефлексия |
| | ИТОГО | | | | 72ч |

СОДЕРЖАНИЕ.

1. Организационные занятия

Тема: «Правила поведения. Техника безопасности».

Теория: Беседа на тему техники безопасности и правил поведения на занятиях

2. Личный бренд

Тема: «Имидж и его составляющие»

Теория: Беседа. Общее и различия в понятиях имидж и стиль. Архетипы в стиле и в личном бренде. Парикмахерское искусство в мире моды. Современный макияж, возможности и сферы его использования.

Практика: Создание имиджа, транслирующего архетип.

Тема: «Персональная миссия личности»

Теория: Беседа. Презентация. Компоненты персональной миссии личности: ниша, компетенции, ценности, качества. Цели персональной миссии личности в современном обществе. Важность компонентного подхода в персональной миссии личности.

Практика: Анализ личных брендов популярных личностей.

3. Виртуальная среда

Тема: «Кибер безопасность в информационном пространстве»

Теория: Безопасность сетей. Безопасность информации. Виды киберугроз. Гигиена личной информации

Практика: Оценка уровня собственной безопасности в информационном пространстве.

Тема: «Диджитал искусства»

Теория: Беседа. Презентация. Понятие и виды диджитал искусств. Место и значимость диджитал творчества в современном мире.

Практика: Создание художественной работы диджитал инструментами.

Тема: «Современное информационное пространство»

Теория: Понятия – инфлюенсеры, контент, социальные сети. Направления и методы влияния инфлюенсеров. Основные соцсети. Виды контента. Основные этапы создания контента.

Принципы развития бренда в цифровом пространстве.

Тема: «Индустрия моды в Метавселенной»

Теория: Понятие Метавселенной. Уровень развития индустрии моды в Метавселенных на данный момент. Значимость онлайн примерок в развитии современной моды. Виды программ для создания цифровой одежды.

Практика: Знакомство с программами для создания цифровой одежды: скульптинг Zbrush, Blender; 3D – Blender 3DsMax.

4. Основы креативных индустрий в сфере моды

Тема: «Профессии в сфере моды»

Теория: Креативность, как основная составляющая профессий в сфере моды: дизайнер, стилист, фотограф, визажист, парикмахер, продюсер, иллюстратор, визуальный мерчандайзер, контент-мейкер. Перечень необходимых знаний и навыков для их работы. Взаимосвязь и различие профессий в сфере моды.

Практика: Профильная игра «индустрии моды»

Тема: «Особенности развития современной моды, глобальные тенденции и тренды»

Теория: Глобальные тенденции и тренды в развитии современной моды. Как сделать моду экологичной. Инклюзивный дизайн и его значимость. Сохранение культурного кода в рамках

особенностей развития современной моды. FoodTech (автоматизирование и роботизирование процессов, высокие технологии и скорость передачи данных и информации) - влияние на развитие моды. GenZ – особенности и отличия поколения Z. Гендерный нейтралитет и его проявления в моде. Глобализация и глокализация для развития брендов.

Тема: «Нетворкинг и партнерские коллаборации»

Теория: Понятия и основные принципы нетворкинга и коллаборации. Примеры и структура эффективных коллабораций.

5. Создание фэшн-продуктов

Тема: «Создание концепции будущего проекта»

Теория: Беседа. Структура взаимодействия разных сфер (фотограф, стилист, дизайнер, визажист, модель) в создании проекта. Направление проектов - упаковка бренда, креативных фотосессий, медиа, социальный, показ.

Практика: Создание концепции креативных проектов в сфере моды, его этапы и реализация: идея, презентация, коллаборация, контент.

Тема: «Коллаборации - от идеи к продукту»

Теория: Основные этапы и принципы создания коллабораций в сфере моды. Примеры успешных и неудачных кейсов коллабораций. Причины их актуальности/неактуальности.

Практика: Создание проектов: Упаковка и раскрутка бренда. Организация и проведение фотосъемки. Создание видео-ролика. Творческие проекты. Социальные проекты.

2 год обучения

Цель – содействие обеспечению личностного развития учащихся, позитивной социализации в процессе создания креативных коллабораций.

Задачи обучения:

- развить навыки самопрезентации (личный бренд)
- познакомить с приемами и процессами творческих партнерских коллабораций; привить навыки работы в группе; формировать культуру общения
- развить творческую активность через индивидуальное раскрытие способностей каждого обучающегося
- развить навыки работать самостоятельно, мобилизуя необходимые ресурсы, правильно оценивая смысл и последствия своих действий

Планируемые результаты обучения

По окончании 2 года обучения дети будут

| Знать: | Уметь: |
|---|--|
| Основные сферы индустрии моды и профессии в области моды | Эффективно выбирать, анализировать, систематизировать и интерпретировать информацию различных информационных источников |
| Приемы и процессы творческих партнерских коллабораций | Работать самостоятельно, используя необходимые ресурсы |
| Виды диджитал искусства и принципы работы различных информационных источников | Правильно оценивать смысл и последствия своих действий в работе коллабораций |
| | Проявлять специальные умения и навыки креативной личности (гибкость мышления, способность ассоциировать отдаленные понятия, творческий подход к решению задачи, способность применить полученные навыки при решении одной задачи к решению другой) |

| № п/п | Название темы | Количество часов |
|-------|---------------|------------------|
|-------|---------------|------------------|

| | | все го | теория | практика | Формы аттестации |
|---|---|-----------|--------|----------|---|
| | Организационные занятия | | | | |
| 1 | Правила поведения. Техника безопасности. | 2 | 2 | - | Опрос |
| | Личный бренд | | | | |
| 2 | Фундамент – упаковка – раскрутка личного бренда | 20 | 8 | 12 | Опрос |
| 3 | Персональная миссия личности | 18 | 8 | 10 | Коллективная рефлексия |
| | Виртуальная среда | | | | |
| 4 | Кибербезопасность в информационном пространстве | 12 | 8 | 4 | Опрос, контроль |
| 5 | Создание творческого диджитал проекта | 12 | 4 | 8 | практической работы |
| 6 | Создание проекта, индустрия моды в Метавселенной | 12 | 4 | 8 | Самостоятельная работа |
| | Основы креативных индустрий в сфере моды | | | | |
| 7 | Создание коллабораций: Профессии в области моды | 16 | 6 | 10 | Опрос, наблюдение |
| 8 | Особенности развития современной моды, глобальные тенденции и тренды | 16 | 6 | 10 | Коллективная рефлексия |
| | Создание продуктов в индустрии моды | | | | |
| 9 | Создание и реализация уникального продукта в индустрии моды, партнерские коллаборации | 36 | 12 | 24 | Самостоятельная работа, коллективная рефлексия |
| | ИТОГО | | | | 144ч |

СОДЕРЖАНИЕ.

1. Организационные занятия

Тема: «Правила поведения. Техника безопасности».

Теория: Беседа на тему техники безопасности и правил поведения на занятиях в ШЮМ «Мой стиль».

2. Личный бренд

Тема: «Фундамент – упаковка – раскрутка личного бренда»

Теория: Беседа. Фундамент бренда: ценности, качества, амбиции. Упаковка бренда: содержание и визуальное оформление. Каналы продвижения бренда. Значимость цифровизации в продвижении.

Практика: Анализ действующих брендов российских дизайнеров: Ushatava, 2Mood, 12 Storeez, Alena Akhmadulina.

Тема: «Персональная миссия личности»

Теория: Беседа. Презентация. Компоненты персональной миссии личности: ниша, компетенции, ценности, качества. Цели персональной миссии личности в современном обществе. Важность компонентного подхода в персональной миссии личности.

Практика: Создание плана по формированию и концепции развития личного бренда.

3. Виртуальная среда

Тема: «Кибербезопасность в информационном пространстве»

Теория: Безопасность сетей. Безопасность информации. Виды киберугроз. Гигиена личной информации.

Практика: Оценка уровня собственной безопасности в информационном пространстве.

Тема: «Создание творческого диджитал проекта»

Теория: Беседа. Презентация. Понятия – инфлюенсеры, контент, социальные сети. Направления и методы влияния инфлюенсеров. Основные соцсети. Виды контента. Основные этапы создания контента. Принципы развития бренда в цифровом пространстве.

Практика: Создание художественного проекта диджитал инструментами.

Тема: «Создание проекта, индустрия моды в Метавселенной»

Теория: Понятие Метавселенной. Уровень развития индустрии моды в Метавселенных на данный момент. Значимость онлайн примерок в развитии современной моды. Виды программ для создания цифровой одежды.

Практика: Основы работы в программах для создания одежды цифровой: скульптинг Zbrush, Blender; 3D – Blender 3DsMax.

4. Основы креативных индустрий в сфере моды

Тема: «Создание коллабораций: Профессии индустрии моды»

Теория: Беседа. Креативность, как основная составляющая профессий в сфере моды: дизайнер, стилист, фотограф, визажист, парикмахер, продюсер, иллюстратор, визуальный мерчандайзер, контент-мейкер. Перечень необходимых знаний и навыков для их работы. Взаимосвязь и различие профессий в сфере моды.

Практика: Профильная коллаборация «индустрии моды»

Тема: «Особенности развития современной моды, глобальные тенденции и тренды»

Теория: Глобальные тенденции и тренды в развитии современной моды. Как сделать моду экологичной. Инклюзивный дизайн и его значимость. Сохранение культурного кода в рамках особенностей развития современной моды. FoodTech (автоматизирование и роботизирование процессов, высокие технологии и скорость передачи данных и информации) - влияние на развитие моды. GenZ – особенности и отличия поколения Z. Гендерный нейтралитет и его проявления в моде. Глобализация и глокализация для развития брендов.

Практика: Анализ актуальных проектов индустрии моды. Поиск конкретных примеров, отражающих тренды и тенденции развития современной моды. Создание мудборда.

5. Создание продуктов в индустрии моды

Тема: «Создание и реализация уникального продукта в индустрии моды, партнерские коллаборации»

Теория: Беседа. Структура взаимодействия различных креативных индустрий (фотограф, стилист, дизайнер, визажист, модель) в создании проекта в сфере моды. Формирование уникального продукта, его этапы и реализация: идея, презентация, коллаборация, контент. Основные направления проектов: упаковка бренда, креативные фотосессии, медиа, показы сквозь призму индустрии моды..

Практика: Реализация креативного проекта: упаковка и раскрутка бренда. Организация и проведение фотосъемки. Создание видео-ролика. Творческие проекты. Социальные проекты.

2. Комплекс организационно-педагогических условий

2.1. Формы аттестации

Формы контроля:

1. Вводный контроль - педагогическое наблюдение, беседа, диагностика – в начале учебного года.

2. Текущий контроль - отслеживания и фиксации образовательных результатов: журнал посещаемости, фото, отзывы детей и родителей.

3. Итоговый контроль - представление самостоятельных творческих работ, выступления, конкурсы, презентации, показы, уникальные продукты, креативные коллаборации – декабрь и май.

Уровень освоения программы оценивается по данной шкале:

Высокий уровень освоения – владеет пластическими, техническими, художественными навыками, освоенными в процессе обучения по программе; не допускает ошибок при исполнении креативных проектов, исполняет их качественно; владеет полным объемом теоретических и практических знаний, полученных на занятиях, привлекает дополнительную информацию из различных источников.

Средний уровень освоения - владеет основными навыками, предусмотренными программой, иногда допускает незначительные ошибки при исполнении проекта, но способен исправить их самостоятельно; владеет информацией, полученной на занятиях, но не всегда может актуализировать изученное ранее без помощи педагога.

Низкий уровень освоения - владеет лишь частью навыков, предусмотренных программой, часто нуждается в помощи педагога. Допускает серьезные ошибки при выполнении творческих проектов, нуждается в руководстве. Знания поверхностны, не всегда понимает значение понятий, нуждается в помощи педагога. Владеет только актуальной информацией, т.е. полученной на последнем занятии.

При диагностике результативности освоения программы применяется дифференцированный подход в подборе средств и методик, учитывая вид деятельности, её направленность и характерные особенности. Также, диагностические исследования проводятся с учётом индивидуальных возрастных и психофизических особенностей каждого обучающегося.

Набор используемых методик и средств соответствует уровню подготовки обучающихся, тестовые задания реально выполнимы и отвечают целям и задачам программного материала. Процесс проведения диагностики носит творческий характер, он интересен и комфортен для каждого ребёнка, создает атмосферу сотворчества и сотрудничества между педагогом и детьми.

Диагностика имеет регулярный, плановый характер, тем самым помогая своевременно вносить коррективы в образовательный процесс.

Промежуточная и итоговая аттестация проводится в виде защиты кейса и ярмарки проектов. Критерии оценки выполнения кейса/проекта отражены в приложении №1.

2.2. Условия реализации программы:

Методическое обеспечение программы

В программе использован различный методический инструментарий, ориентированный на компетентностный подход, позволяющий обучающимся развивать и наращивать предметные и межпредметные компетенции, необходимые для решения проектных задач в креативной индустрии.

Формы занятий:

- обучающее занятие
- тренировочное занятие
- коллективно – творческое занятие
- итоговое контрольное занятие
- просмотр фото и видео-материалов
- творческие проекты
- беседы-лекции на тему личного бренда, фэшн-индустрии и медиа пространства
- занятия с применением эвристических методов
- занятия с использованием информационно-коммуникационных технологий
- игровые занятия
- посещение мастер-классов
- участие в выставках
- фотосессии и видео-съёмка

- конкурсы разных уровней
- экскурсии
- традиционные мероприятия на базе объединения
- творческие встречи с представителями креативных индустрий
- участие в социальных акциях

Материально-техническое обеспечение программы

Для полноценного проведения занятий по программе необходимо наличие на каждом занятии компьютера (или ноутбука), мультимедийного проектора и экрана, что связано как с показом теоретического материала, так и с демонстрациями виртуальных проектов детей. Специальное программное обеспечение для проведения занятий по данному учебному курсу не требуется.

- класс для занятий хореографией, с хорошей вентиляцией
- класс, оборудованный стульями и столами, с достаточным освещением, для занятий творчеством
- музыкальный центр или магнитофон;
- видеокамера или цифровой фотоаппарат
- ноутбук
- доступ в Интернет

Кадровое обеспечение программы.

Согласно профессиональному стандарту «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» по данной программе может работать педагог дополнительного образования с уровнем образования и квалификации, соответствующим обозначениям таблицы пункта 2 Профессионального стандарта (Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт), а именно: коды А и В с уровнями квалификации 6

Список литературы

1. Альтшуллер, Г.С. Найти идею: Введение в теорию решения изобретательских задач. — Петрозаводск: Скандинавия, 2003. — 189 с.
2. Альтшуллер Г.С., Вёрткин И.М. Как стать гением: Жизненная стратегия творческой личности — Минск, «Беларусь», 1994. – 474 с.
3. Аксенова М., Храмов Г. «Современная энциклопедия «Мода и стиль», -М.: изд-во «Аванта+», 2002.
4. А.М.Блинов , учебное пособие «Информационная безопасность» Изд. Санкт-Петербург 2010
5. Зеленцова Е., Гладких Н., Творческие индустрии: теории и практики. М., Классика XXI, 2009.
6. Зеленцова Е., Мельвиль Е. Культурная политика и экономика культуры. Тезисы для сборки региональных стратегий. М., Арт-транзит, 2011
7. Иглмен Д., Брандт Э. Креативный вид. Как стремление к творчеству меняет мир.М., Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
8. Клайв Эдвардс. Как читать орнамент. Интенсивный курс по текстильному дизайну.- Издательство: Рипол Классик, 2011. Язык: русский
9. Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2011.
10. Малюх В. Н. Введение в современные САПР: Курс лекций. — М.: ДМК Пресс, 2010.
11. Никитин В. И. – Психология телесного сознания. – М.: Алетея, 2002.
12. Ньюбайджин Дж. Введение в креативную экономику. - М.: Креативная экономика, 2011.
13. Ольденбург Р. Третье место. Кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места "тусовок" как фундамент сообщества.М. Новое литературное обозрение, 2014.
14. Степучев Р.Л. Практикум по костюмографии: М. МГТУ А.Н. Косыгина 2010г.
15. Степучев Р.Л. Практикум по художественному проектированию костюма: М. МГТУ А.Н.Косыгина 2010г
16. Степучев Р.Л. Основы теории костюмного языка: М. МГТУ А.Н.Косыгина 2010
17. Срничек Н., Уильямс А. М. Изобретая будущее. Посткапитализм и мир без труда. Strelka Press,2019.

18. Синичкина К.В. Настольная книга для модницы. - М.,2001
19. Тимирбаев Д.Ф. Хайтек тулжит / Тимирбаев Денис Фаридович. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Фонд новых форм развития образования, 2019.
20. Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2005.
21. Фиона Ффулкс. Как читать моду. Интенсивный курс по моде и стилю - Издательство: Рипол Классик, 2011. Язык: русский
22. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. - М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2015.

Интернет- ресурсы

1. www.moigorod.ru - Народная энциклопедия «Мой город».
2. www.syl.ru/article/368829/что-такое-digital-prostyimi-slovami- Диджетел пространство.
3. <https://gb.ru/posts>

**Календарный учебный график
муниципального бюджетного учреждения дополнительного образования
«Дом художественного творчества детей»**

Образовательная деятельность в учреждении осуществляется в течение всего календарного года, включая каникулярное время зимних, осенних и весенних каникул.

- 1.1. Организованное начало учебного года – 01 сентября
- 1.2. Количество учебных недель – 72 недели;
- 1.3. Количество учебных дней – согласно учебному плану
- 1.4. Продолжительность каникул – с 01.01. 2023 по 09.01.2023;
с 01.06.2023 по 31.08.2023, с 01.01. 2024 по 08.01.2024; с 01.06.2024 по 31.08.2024;
- 1.5. Набор и комплектование групп – в соответствии с календарным учебным графиком
- 1.6. Дата начала и окончания учебного года – в соответствии с календарным учебным графиком 10сентябрь2022 - 31май 2023,10сентябрь2023 - 31май 2024
- 1.7. Сроки промежуточной аттестации – декабрь 2022г, апрель-май 2023г, декабрь 2023г, апрель-май 2024г (в соответствии с приказом по учреждению)