

**Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Лицей имени Алексея Геннадьевича Баженова»**

Приложение к основной общей
образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«Рекламное агентство «Нам не всё равно!»
(название курса)

5 класс
основное общее образование
(уровень образования)

социальное направление
(направление)

2023- 2024 гг.
(срок реализации)

г. Черногоorsk, 2023

Результаты освоения курса внеурочной деятельности «Рекламное агентство «Нам не всё равно!»

Личностные результаты:

- развитие ориентации в системе моральных норм и ценностей, развитие основ социально критического мышления, ориентирование в особенностях социальных отношений и взаимодействий;
 - готовность и способность к активному социальному участию; готовность и способность к выполнению норм и требований школьной жизни, прав и обязанностей ученика; умение вести диалог;
 - развитие чувства эмпатии, уважения, готовность к равному сотрудничеству
 - потребность в участии в общественной жизни ближайшего социального окружения, общественно полезной деятельности;
 - устойчивый познавательный интерес, чувство гордости при следовании моральных норм, переживание стыда и вины при их нарушении;
 - потребность в самовыражении;
 - эмпатия как осознанное понимание других и сопереживание их чувствам;
 - доброжелательное отношение к окружающим;
 - потребность в самовыражении; оптимизм в восприятии мира;
 - уважение к личности, доброжелательное отношение к окружающим;
- позитивная моральная самооценка и моральные чувства.

Метапредметные результаты:

Познавательные УУД:

- умение устанавливать причинно-следственные связи;
- умение строить логическое рассуждение;
- умение устанавливать причинно-следственные связи;
- умение определять необходимые ресурсы для решения проблемы;
- умение осуществлять расширенный поиск информации с использованием ресурсов библиотек, Интернета; умение создавать и преобразовывать информацию решения задач, осуществлять сравнение, выбирать основания и критерии;
- объяснять явления, процессы, связи и отношения, выявляемые в ходе исследования;
- структурировать тексты, выражать главную идею, работать с метафорами;
- проводить наблюдение;
- умение представлять, доносить информацию до других;
- устанавливать причинно-следственные связи; делать умозаключения и выводы на основе аргументации.

Регулятивные УУД:

- умение определять проблемные ситуации; умение принимать решения в проблемной ситуации на основе переговоров; умение определять пути решения проблемы, прогнозировать результат;
- целеполагание, включая постановку новых целей; умение осуществлять план деятельности;
- умение анализировать условия достижения цели на основе учета целевой группы;
- умение анализировать условия и ресурсы, необходимые для достижения цели, установление целевых приоритетов;

- умение планировать пути достижения целей, поиска информации; адекватно самостоятельно оценивать правильность выполнения действий и вносить необходимые коррективы;

- умение распределять время и контролировать его;

- умение осуществлять контроль;

- адекватно самостоятельно и коллективно оценивать правильность выполненных действий в процессе обсуждения

Коммуникативные УУД:

- учитывать разные мнения и стремиться к координации различных позиций в сотрудничестве; высказывать собственное мнение, координировать его с позиции партнера при выработке общего решения;

- умение адекватно использовать речь для планирования своей деятельности; умение планировать сотрудничество со сверстниками; определять цели и функции участников; планировать общие способы работы;

- представлять предполагаемого собеседника, вступать в диалог, участвовать в коллективном обсуждении;

- вступать в диалог, участвовать в коллективном обсуждении;

- вступать в диалог, участвовать в коллективном обсуждении. Умение обмениваться знаниями между членами группы;

- умение сравнивать разные точки зрения, прежде чем сделать выбор;

- умение адекватно использовать речевые средства для привлечения внимания; владение письменной и устной речью; умение строить контекстное высказывание;

- умение работать в группе: устанавливать рабочие отношения, умение осуществлять взаимный контроль и оказывать в сотрудничестве необходимую взаимопомощь;

- умение задавать вопросы, осуществлять оценку действий партнёра;

- умение использовать адекватные средства для отображения своих чувств и мыслей;

- осуществлять оценку действий партнера, уметь убеждать, учитывать разные мнения.

Форма промежуточной аттестации по внеурочной деятельности «Рекламное агентство «Нам не всё равно!»: представление «мини проекта».

Содержание курса внеурочной деятельности

Понятие социальной рекламы и рекламных форматов (8 часов)

Введение в мир рекламы. Предназначение, миссия, функции, основные цели и задачи социальной рекламы. Типы, средства и формат рекламы. Проблемы, которые могут быть рассмотрены в социальной рекламе. Основные направления, целевые установки, темы. Кто создает рекламу?

Определение социальных проблем актуальных для образовательной организации или для обучающихся. Выявление причин социальных проблем. Определение пути решения социальной проблемы с помощью создания социальной рекламы.

Групповая форма. Практические задания.

План создания социальной рекламы (12 часов)

Выбор жанра рекламы. Выбор информационного носителя. Подбор художественных образов и креативных решений.

Выявить проблему, определить связанную с ней цель, спланировать деятельность, распределить роли. Планирование ресурсов.

Целевая аудитория для социальной рекламы.

Виды необходимой информации для создания социальной рекламы. Источники информации. Варианты и способы сбора информации.

Выбор жанра рекламы. Выбор информационного носителя.

Медиатекст для социальной рекламы. Слагаемые слогана. Интонация слогана (утверждает, спрашивает, призывает, предлагает). Подтекст – мощное оружие рекламы. Стереотипы. Суть рекламы – в создании стереотипов: прочных, навязчивых ассоциаций, связей. Сленг как прием.

Практические занятия в группах.

Мастерская социальной рекламы (8 часов)

Изготовление выбранных и утвержденных форматов рекламы. Изготовление творческого продукта (информационного носителя).

Практические занятия в группах.

Представление творческого продукта (6 часов)

Мониторинг эффективности социальной рекламы. Тестирование творческого продукта на предмет восприимчивости (легкости восприятия), позитивности, понятности. Представление творческого продукта для целевой аудитории. Обсудить и решить в группе, где и как будете представлять социальную рекламу. Продвижение социальной рекламы. Анализ результатов деятельности. Выводы о проделанной работе. Заполнение листов самооценки.

Групповая форма. Практические задания.

Тематическое планирование курса внеурочной деятельности «Рекламное агентство «Нам не всё равно!»

| № | Название темы (раздела) | Количество часов | |
|-------|---|------------------|-----------|
| | | теория | практика |
| | Понятие социальной рекламы и рекламных форматов | 1 | 7 |
| 1 | Что такое социальная реклама? | 1 | |
| 2-3 | Рекламные форматы | | 2 |
| 4-5 | О чем может быть социальная реклама? | | 2 |
| 6-7 | Создаем рекламное агентство. Рекламные форматы | | 2 |
| 8 | Направления и темы социальной рекламы | | 1 |
| | План создания социальной рекламы | 2 | 10 |
| 9-10 | Цели и планирование деятельности по созданию социальной рекламы | 1 | 1 |
| 11-12 | Целевая аудитория для социальной рекламы | 1 | 1 |
| 13-16 | Поиск и обработка информации для создания социальной рекламы | | 4 |
| 17-18 | Выбор жанра рекламы. Выбор информационного носителя | | 2 |

| | | | |
|--------------|---|-------------|-----------|
| 19-20 | Медиатекст для социальной рекламы | | 2 |
| | Мастерская социальной рекламы | | 8 |
| 21-28 | Мастерская социальной рекламы | | 8 |
| | Представление творческого продукта | 1 | 5 |
| 29 | Мониторинг эффективности социальной рекламы | 1 | |
| 30-33 | Продвижение социальной рекламы | | 4 |
| 34 | Обсуждение результатов | | 1 |
| Итого | | 4 | 30 |
| | | 34 ч | |