

**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)

6 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	

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

Рассмотрено школьным
методическим объединением
классных руководителей
протокол №1 от «30» августа 2023

Утверждено
приказом директора МБОУ «Лицей
имени А.Г. Баженова» г. Черногорска
№ 86 от «30» августа 2023

**КАЛЕНДАРНО - ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

«Рекламное агентство» для 6 класса
(наименование курса, класс)

социальное направление
(направление)

Вершинина Светлана Анатольевна
(Ф.И.О. педагога)

г. Черногорск, 2022

**Календарно-тематическое планирование по курсу внеурочной деятельности
«Рекламное агентство «Нам не все равно!»**

№ п/п	Тема занятия	Дата проведения занятия	
		По план	По факту
1	Что такое социальная реклама?	08.09	
2-3	Рекламные форматы	15.09 22.09	
4	О чем может быть социальная реклама?	29.09	
5	Создаем рекламное агентство.	06.10	
6	Направления и темы социальной рекламы	13.10	
7-8	Цели и планирование деятельности по созданию социальной рекламы	20.10 10.11	
9-10	Целевая аудитория для социальной рекламы	17.11 24.11	
11-15	Поиск и обработка информации для создания социальной рекламы	01.12 08.12 15.12 22.12 29.12	
16-17	Выбор жанра рекламы. Выбор информационного носителя	12.01 19.01	
18-19	Медiateкст для социальной рекламы	26.01 02.02	
20-27	Мастерская социальной рекламы	09.02 16.02 02.03 09.03 16.03 06.04 13.04	
28-29	Мониторинг эффективности социальной рекламы	20.04 27.04	
30-31	Продвижение социальной рекламы	04.05 11.05	
32-33	Обсуждение результатов	18.05 25.05	
34	Награждение победителей	25.05	

№	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	

