Муниципальный орган управления образованием – Управление образованием Тавдинского муниципального округа

Муниципальное автономное образовательное учреждение
дополнительного образования
Центр творческого развития и гуманитарного образования
«Гармония»

Допущена к реализации решением
Педагогического совета МАОУ ДО
ЦТР и ГО «Гармония»
Протокол № 3
от «31» августа 2026 г.

УТВЕРЖДЕНО:
приказом директора МАОУ ДО
ЦТР и ГО «Гармония»
от 31.08.2026 г. № 402

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа социально-гуманитарной направленности «СПЕЦИАЛИСТ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ»

Возраст обучающихся: 11-15 лет
Срок реализации: 1/2 года
Количество часов: 36

Автор – составитель:
Малкова Людмила Леонидовна,
педагог дополнительного образования

г. Тавда, 2026г.

1. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОГРАММЫ
1.1. Пояснительная записка

Формирование здорового и нравственного подрастающего поколения - одна из главных стратегических задач развития страны.

Очень важно лаконично и выразительно ставить ценностную установку, модель поведения молодежи и общества в целом. Предоставить информацию о социально важной проблеме, ориентирующую целевую аудиторию на поступки относительно некого идеала, закрепленного в той или иной культуре, положительного и одобряемою.

Пропаганда здорового образа жизни особенно важна среди детей и подростков. Главной задачей в улучшении здоровья населения является формирование здорового образа жизни и новое отношение человека к своему здоровью. Быть здоровым должно быть внутренней потребностью каждого человека. Решить эту задачу помогает социальная реклама.

«Социальная реклама несет в себе информацию, представленную в сжатой, художественно выраженной форме. Она способна доводить до сознания и внимания людей наиболее важные факты и сведения о существующих в обществе проблемах».

Особую нишу занимает общественная социальная реклама – это вид социальной рекламы, размещаемый по инициативе, за счёт и от лица неофициальных общественных движений или групп, а также по инициативе и за счёт отдельных граждан.

Социальная реклама бывает печатного формата: баннеры, плакаты, листовки, буклеты и видеоформата: видеоролики, слайд-шоу, презентации.

Видео – это наиболее быстро растущий инструмент пропаганды сегодня, потому что он сообщает и убеждает лучше, чем какой-либо другой.

Видео – внутренний опыт, который вовлекает зрителя, как визуально, так и эмоционально. Именно поэтому представленная программа ориентирована на создание общественной социальной рекламы в формате видеороликов.

Программа профессиональных проб обучающихся 7-8 классов определяет теоретическую базу и основные направления системы профориентационной работы с учащимися.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Специалист по социальной рекламе» составлена в соответствии с требованиями следующих нормативно-правовых документов:

1. Национальный проект «Молодёжь и дети» (Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, 2026 г.)
2. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
3. Федеральный закон Российской Федерации от 14.07.2022 № 295-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации».

4. Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 марта 2022 г. № 678-р.
5. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».
6. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».
7. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи» (далее - СанПиН).
8. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 января 2021 г. № 2 «Об утверждении санитарных правил и норм».
9. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».
10. Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 № 09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)».
11. Письмо Минпросвещения России от 30.12. 2022 № АБ-3924/06 (О направлении методических рекомендаций (вместе с методическими рекомендациями «Создание современного инклюзивного образовательного пространства для детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов на базе образовательных организаций, реализующих дополнительные общеобразовательные программы в субъектах Российской Федерации».
12. Приказ Министерства общего и профессионального образования Свердловской области от 30.03.2018 г. №162- Д «Об утверждении Концепции развития образования на территории Свердловской области на период до 2035 года».
13. Приказ ГАНОУ СО «Дворец молодежи» от 29.04.2025 г. № 582-д «Об утверждении методических рекомендаций «Разработка дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ в образовательных организациях».
14. Устав МАОУ ДО ЦТР и ГО «Гармония» г. Тавды.

Направленность программы.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Специалист по социальной рекламе» соответствует **социально-гуманитарной** направленности и призвана помочь осознать обучающимся имеющиеся в обществе проблемы, связанные с неверными стереотипами поведения по отношению к своему здоровью, по отношению к окружающим, определить пути решения этих проблем и выразить их в видео ролике для представления широкому кругу зрителей.

Актуальность программы обусловлена тем, что в последние годы в стране наблюдается ряд тенденций, сигнализирующих об ухудшении состояния здоровья детей. Неуклонно возрастает количество детей с хроническими заболеваниями различных органов и систем организма, не позволяющими им выдерживать соответствующие возрасту физические и умственные нагрузки. Кроме этого, нередко среди детей школьного возраста возникают проблемы, связанные с курением, алкоголизмом и наркоманией.

Современная экономическая и политическая обстановка заставляет предъявлять все более высокие требования к индивидуальным психофизиологическим особенностям человека. Рыночные отношения кардинально меняют характер и цели труда: возрастает его интенсивность, усиливается напряженность, требуется высокий профессионализм, выносливость и ответственность.

Отличительные особенности программы.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Специалист по социальной рекламе» является **модифицированной**. В основу программы положена: программа «Профессиональные пробы» МАУ ДО ДЮЦ «Рифей» г. Перми и личный опыт педагога – автора программы.

Организация профессиональных проб обучающихся в современной образовательной организации является одним из приоритетных направлений.

Роль образовательной организации на современном этапе состоит в правильном ориентировании молодежи на рынке труда, обогащении подростков знаниями, которые помогут им реализовать себя как профессионала, и, в конечном счете, как личность.

В основу программы положены следующие принципы, которыми должны руководствоваться все участники:

1. Принцип сознательности. Ориентация учащихся на возможность быть полезными обществу, реализуя свои потребности-способности;

2. Принцип соответствия потребностей личности и общества. Ориентация учащихся на согласование личных интересов, склонностей, способностей с потребностями общества в кадрах определенной профессии (связь личностного и общественного аспектов выбора профессии).

3. Принцип активности в выборе профессии. Ориентация учащихся на активный самостоятельный поиск профессии. В этом большую роль призваны сыграть: практическая проба сил самих учащихся в процессе трудовой и профессиональной подготовки, советы родителей и их профессиональный опыт, поиск и чтение (по интересующей теме) литературы, работа во время практики и многое другое.

4. Принцип развития. Ориентация учащихся на выбор такой профессии, которая давала бы личности возможность повышения квалификации, увеличение заработка, по мере роста опыта и профессионального мастерства, возможность активно участвовать в общественной работе, удовлетворять культурные потребности личности, потребность в жилье, отдыхе и т.п.

5. Принцип связи с жизнью. Ориентация учащихся на возможность быть запрошенными рынком труда после получения профессионального образования.

6. Принцип практико-ориентированности. Создание условий для осуществления учащимися профессиональных проб - только в процессе осуществления деятельности проявляются потребности-способности личности.

7. Принцип взаимосвязи действий участников профессиональных проб.

Целенаправленность и взаимообусловленность действий и мероприятий, осуществляемых различными социальными институтами: семьей, общеобразовательной и профессиональной школами, учреждениями и организациями, включенными в систему профессиональных проб, в результате чего осуществляется согласование интересов личности, общества и государства при определении личностью своего профессионального пути.

8. Принцип взаимосвязи диагностического и воспитательного подходов к проведению профессиональных проб.

9. Принцип дифференцированности и индивидуального подхода к учащимся в зависимости от возраста и уровня сформированности их профессиональных интересов, от различий в ценностных ориентациях и жизненных планах, от уровня успеваемости.

Уровень программы освоения программы.

Программа имеет «стартовый».

Стартовый уровень направлен на мотивацию интереса к данной профессии, овладение первоначальными умениями в работы специалиста по социальной рекламе.

Адресат программы: дети 11-15 лет.

При составлении данной программы учитывались психологические особенности подросткового возраста, их ведущая деятельность, интересы, возможности, способности. Главная психологическая особенность детей данного возраста – изучение своего внутреннего мира, осознание своей неповторимости, открытие своих внутренних талантов, своих ценностей. Именно поэтому данная программа ориентирована, прежде всего, на создание условий, необходимых для личностного самоопределения и самореализации в социуме, создание благоприятной атмосферы, позволяющей активизировать этот процесс.

Краткие возрастные особенности:

Подростковый возраст, занимающий важное место в общем ходе развития, представляет собой фазу перехода от детства к взрослости. Именно поэтому в психологии и поведении подростка, с одной стороны ещё представлены черты ребёнка, а с другой – уже «назревают» черты взрослого человека.

В это время происходит жизненное самоопределение подростка, формируются планы на будущее. Идёт активный поиск своего «Я». Этот возраст представляет собой период взросления, характеризующийся интенсивными

психологическими и физическими изменениями, бурной физиологической перестройкой организма.

Подросток изменяется сам, пытается понять самого себя и свои возможности. Изменяются требования и ожидания, предъявляемые к нему другими людьми. Он вынужден постоянно подстраиваться, приспосабливаться к новым условиям и ситуациям, и не всегда это происходит успешно.

Возникают многие психологические проблемы: неуверенность в себе, нестабильность, неадекватная самооценка, чаще всего заниженная.

Характерно стремление к лидерству в группе сверстников. Важное значение имеет возникающее у подростка чувство принадлежности к особой «подростковой» общности, ценности которой являются основой для собственных нравственных оценок. Подросток стремится следовать за модой и идеалами, принятыми в молодежной группе. Огромное влияние на их формирование оказывают средства массовой информации. Для данного возраста характерно стремление к признанию собственных заслуг в своей значимой подростковой среде. На первый план выходит острая потребность в признании, самоутверждении. Мир вокруг распадается на «своих» и «чужих», причем взаимоотношения между этими группами в представлении подростков порой резко антагонистичны.

Наполняемость группы: 10-12 человек.

Состав группы постоянный. Набор детей в группу обучения осуществляется на добровольной основе, в рамках взаимодействия и сотрудничества с образовательными организациями Тавдинского городского округа.

Учащиеся школ в ЦТР и ГО «Гармония» выбирают интересующую их пробу, расходятся по группам, у них появляется возможность проверить наличие или отсутствие у себя профессионально-значимых качеств и интереса к данной профессии.

Объем и срок освоения программы.

1/2 года обучения (стартовый уровень) – 36 часов.

Срок реализации – 1/2 года.

Объём программ: 36 часов.

Особенности организации образовательного процесса

Режим занятий

Продолжительность одного академического часа – 45 мин.

Перерыв между занятиями – 10 мин.

Занятия проводятся 1 раз в неделю по 2 часа.

Общее количество часов в неделю – 2 часа.

Форма обучения: очная.

Формы организации образовательного процесса:

Занятия проводятся с использованием различных форм организации учебной деятельности (групповая, фронтальная, индивидуальная.). Разнообразные формы обучения и типы занятий создают условия для развития познавательной активности, повышения интереса детей к обучению.

Групповые формы обучения могут осуществляться путем организации совместных действий, направленных на коммуникацию, общение,

взаимопонимание, взаимопомощь.

Индивидуальные формы обучения осуществляются в виде индивидуально выполненной ребенком работы под руководством педагога или самостоятельно.

Групповые формы складываются из следующих элементов:

- постановка учебной задачи и инструктаж о ходе работы;
- планирование работы в группах;
- индивидуальное выполнение задания;
- обсуждение результатов;
- сообщение о результатах;
- подведение итогов, общий вывод о достижениях.

Формы реализации образовательной программы:

Традиционная модель реализации программы представляет собой линейную последовательность освоения содержания в течение одного или нескольких лет обучения в одной образовательной организации.

Перечень форм проведения занятий:

Программа предусматривает проведение различных типов занятий:

- теоретическое занятие - сообщение и усвоение новых знаний при объяснении новой темы, изложение нового материала, основных понятий, определение терминов, совершенствование и закрепление знаний;
- практическое занятие - является основным типом занятий используемых в программе, как правило, содержит повторение, обобщение и усвоение полученных знаний, формирование умений и навыков, их осмысление и закрепление на практике. Практические занятия проводятся в помещении (в классе, школе), на местности (территория школы);
- диагностическое занятие - проводится для определения возможностей и способностей ребенка, уровня полученных знаний, умений, навыков с использованием тестирования, анкетирования, собеседования;
- комбинированное занятие - совмещение теоретической и практической частей занятия; проверка знаний ранее изученного материала; изложение нового материала, закрепление новых знаний, формирование умений переноса и применения знаний в новой ситуации на практике, отработка навыков и умений.

В ходе реализации программы используются такие формы проведения занятий, как:

- занятие-беседа – используется в теоретической части занятия, чаще всего при изучении нового материала;
- занятие-наблюдение – применяется при изучении какого-либо объекта, предметов, явлений, различных процессов;
- занятие-игра – выступает как специфическая форма познания, общения, применение игровых приемов, особенно эффективно при освоении сложных тем, а также для закрепления пройденного материала;
- занятие-презентация – используется для представления результатов работы учащихся по определенным темам программы;

На занятиях создается атмосфера доброжелательности, доверия, что во многом помогает развитию творчества и инициативы ребенка.

Перечень форм подведения итогов реализации общеразвивающей программы беседа, мастер-класс, презентация.

1.2. Цель и задачи программы

Цель программы: реализация государственной политики в области профориентации детей и подростков, позволяющей сформировать гармоничную личность в единстве трудового, творческого, интеллектуального, физического, духовного, нравственного и психического развития, имеющую возможность самореализоваться в условиях регионального рынка труда.

Задачи:

- сформировать у учащихся положительное отношение к труду;
- формировать общую готовность учащихся к самоопределению;
- активизировать учащихся к выбору профессии;
- выявлять интересы, склонности учащихся, направленности личности, профессиональных первичных намерений;
- анализировать соответствие выбранной профессии своим склонностям и особенностям учащихся;
- расширять представления учащихся о мире профессий и их особенностях;
- информировать учащихся о профессиональных учебных заведениях и рынке труда;
- организовать социальное партнерство школы с высшими учебными заведениями города, с фирмами и предприятиями по направлениям программы.

1.3. Планируемые результаты

В процессе освоения программы планируется достижение учащимися результатов предметного, метапредметного и личностного характера:

Предметные результаты:

- расширятся знания по таким предметам как психология, информатика, мировая художественная культура, социология;
- познакомятся с методикой монтирования;
- овладеют навыками работы с техникой, используемой при съемках социальной рекламы, ресурсами Интернета, а так же способам раскадровки сцен;
- научатся создавать и представлять творческие работы по социальной рекламе (выбор темы, выбор информации, работа над ней, презентация);
- ознакомятся с основными направлениями работы сотрудников кино-индустрии и особенностями работы специалистов по социальной рекламе.

Метапредметные результаты:

- сформируется устойчивый интерес учащихся к проблемам социального и общественного характера;
- будут созданы условия для развития познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей;
- будет демонстрироваться коммуникативная компетентность при

взаимодействии со сверстниками и взрослыми в процессе творческой деятельности;

- будет получен опыт реализации познавательного потенциала во время выступлений и подготовки мероприятий социальной направленности;
- освоение некоторых компьютерных программ для создания презентаций по социальной рекламе.

Личностные результаты:

- проявлять гражданско-патриотические качества, уважение к Отечеству, прошлому и настоящему многонационального народа родного края и России;
- проявлять заинтересованность в осмыслении социального, культурного, духовного аспектов жизни общества;
- проявлять осознанного отношения к социальным проблемам, выдвинутыми собственным коллективом.

1.4. Содержание программы

Учебный (тематический) план

№	Название раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации/контроля
		всего	теория	практика	
1	Вводное занятие. Знакомство с социальной рекламой	2	1	1	Беседа
2	Сценарий - основа видео-ролика	2	1	1	Беседа, практическое задание
3	Раскадровка - как способ визуализации видеоосновы	2	1	1	Педагогическое наблюдение, опрос
4	Основы актерского мастерства	2		2	Практическое задание, тестирование
5	Профессии мира кино	2	1	1	Беседа, опрос, практическое задание
6	Правила съемки. Знакомство с оборудованием для съемок.	4	1	3	Беседа, практическое задание
7	Основы видео - монтажа. Работа в Pinnacle Studio	4	1	3	Педагогическое наблюдение, опрос
8	Знакомство с монтированием в Adobe Premiere CC.	4	1	3	Практическое задание, тестирование
9	Организация съемок ролика социальной рекламы	4	1	3	Беседа, опрос, практическое задание
10	Обработка полученных медиа-данных, монтирование видео	4	1	3	Беседа, практическое задание

11	Озвучивание социальной рекламы	2		2	Педагогическое наблюдение, опрос
12	Сведение и завершающая обработка видео	2	1	1	Практическое задание, тестирование
13	Итоговое занятие. Презентация получившегося ролика	2	1	1	Беседа, опрос, практическое задание
	Итого	36	11	25	

Содержание программы

Тема 1. Вводное занятие. Знакомство с социальной рекламой.

Теория: Значение рекламы в жизни человека. Введение в образовательную программу. Инструктаж по технике безопасности. Ознакомление с правилами поведения на занятиях. Входной контроль.

Практика: Инструктаж по ТБ, ПБ, ЧС, ЧП. Тест по теме «Виды медиа».

Тема 2. Сценарий - основа видео-ролика.

Теория: Подробное изучение структуры сценария рекламных роликов. Ошибки при написании плана и сценария для социальной рекламы. Выбор темы рекламного ролика.

Практика: Написание сценария на выбранную тему.

Тема 3. Раскадровка – как способ визуализации видео основы.

Теория: Что такое раскадровка и зачем она нужна. Грамотное планирование видео-ряда.

Практика: Зарисовка эскизов.

Тема 4. Основы актерского мастерства.

Теория: Основные характеристики профессии актера. Актер социальной рекламы. Упражнения на раскрепощение. Основные приемы, используемые в кинематографе.

Практика: Пластический тренинг. Показ этюдов.

Тема 5. Профессии мира кино.

Теория: Основные кинопрофессии. Самые знаменитые личности в кино-индустрии.

Практика: Составление фото-коллажа. Тест «Кто я в киноиндустрии».

Тема 6. Правила съемки. Знакомство с оборудованием для съемок.

Теория: Знакомство с оборудованием для съемок. Просмотр подробных инструкций. Распределение на команды профессий по итогам тестов. *Практика:* Работа с оборудованием

Тема 7. Основы видео - монтажа. Работа в Pinnacle Studio.

Теория: Основы монтирования. Приемы, используемые в любой программе.

Практика: Знакомство с Pinnacle Studio. Создание базового ролика.

Тема 8. Правила съемки. Знакомство с оборудованием для съемок.

Теория: Сведения о программе Adobe Premiere CC. Различные приемы и особенности данной программы.

Практика: Создание видео-роликов на основе имеющегося материала.

Тема 9. Организация съемок ролика социальной рекламы.

Теория: Техника безопасности при работе с съемочным оборудованием.

Практика: Съемки социальной рекламы по сценарию. Дискуссия.

Тема 10. Обработка полученных медиа-данных, монтирование видео.

Теория: Отбор отснятого видео-материала.

Практика: Монтирование социального ролика.

Тема 11. Озвучивание социальной рекламы.

Теория: Правила озвучивания в кино. Различия озвучки в кино и социальной рекламы. Написание слогана.

Практика: Озвучивание социального ролика. Презентация, мини-проект.

Тема 12. Сведение и завершающая обработка видео.

Теория: Завершающая обработка видео, наложение эффектов, титров.

Практика: Мозговой штурм в группах.

Тема 13. Итоговое занятие. Презентация получившегося ролика.

Теория: Правила презентации собственных проектов.

Практика: Представление социальных роликов по группам. Итоговая беседа.

2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

2.1. Календарный учебный график

Организация учебного процесса по программе «Специалист по социальной рекламе» предусматривает в соответствии с Уставом МАОУ ДО ЦТР и ГО «Гармония» в течение учебного года с сентября по май. Программа рассчитана на 1/2года (18 учебных недель). Занятия проводятся 1 в неделю по 2 академических часа.

Календарный учебный график

Год обучения	Дата начала обучения	Дата окончания обучения	Количество учебных недель	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий
1 /2 года обучения	По графику	По графику	18	18	36	1 раз по 2 часа в неделю

2.2. Условия реализации программы

Материально-техническое обеспечение реализации программы

Занятия проводятся в кабинет № 11 (ул. Ленина, 71) – чистое, хорошо освещенное и проветриваемое помещение, в котором находится всё необходимое для проведения занятий – учебный кабинет, полностью отвечающий требованиям Роспотребнадзора и Госпожнадзора.

Материально-техническое обеспечение

Оборудование	Количество
Комплект ученической мебели	15 шт.
Мультимедийный комплект (компьютер, проектор, экран)	1 шт.
Ксерокс	1 шт.
Фотоаппарат	1 шт.

Информационное обеспечение реализации программы:

Литература о создании кино для изучения; книги, книги, брошюры, статьи из

газет и журналов; сведения из интернета; иллюстрации, фотографии; видеоматериалы; компьютерные презентации по темам;

2.3. Формы аттестации

По дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Специалист по социальной рекламе» проводится педагогический мониторинг в виде протоколов входного и итогового контроля, используется диагностическая карта (начало и конец курса), анализ творческих работ учащихся.

Итоговая аттестация не предусмотрена.

2.4. Оценочные материалы

Для каждой темы программы объединения «Специалист по социальной рекламе» разработан пакет диагностических методик, позволяющих определить достижение учащимися планируемых результатов.

№	Тема	Методы педагогической диагностики
1	Вводное занятие. Знакомство с социальной рекламой	Беседа
2	Сценарий - основа видео-ролика	Беседа, практическое задание
3	Раскадровка - как способ визуализации видеоосновы	Педагогическое наблюдение, опрос
4	Основы актерского мастерства	Практическое задание, тестирование
5	Профессии мира кино	Беседа, опрос, практическое задание
6	Правила съемки. Знакомство с оборудованием для съемок.	Беседа, практическое задание
7	Основы видео - монтажа. Работа в Pinnacle Studio	Педагогическое наблюдение, опрос
8	Знакомство с монтированием в Adobe Premiere CC.	Практическое задание, тестирование
9	Организация съемок ролика социальной рекламы	Беседа, опрос, практическое задание
10	Обработка полученных медиа-данных, монтирование видео	Беседа, практическое задание
11	Озвучивание социальной рекламы	Педагогическое наблюдение, опрос
12	Сведение и завершающая обработка видео	Практическое задание, тестирование
13	Итоговое занятие. Презентация получившегося ролика	Беседа, опрос, практическое задание

2.5. Методические материалы

Выбор методов обучения зависит о психофизиологических, возрастных особенностей обучающегося, темы и формы занятий. При этом в процессе обучения все методы реализуются в теснейшей взаимосвязи.

Методическое обеспечение образовательной программы складывается из процесса и результата разработки методических и дидактических средств обучения.

Методика преподавания включает разнообразные формы, методы и приемы обучения и воспитания. Обоснованность применения различных методов обусловлена отсутствием единого универсального метода для решения разнообразных творческих задач.

Методы обучения, применяемые в реализации программы объединения можно систематизировать по характеру управления образовательным процессом, по источнику знаний, по характеру познавательной деятельности, по дидактической цели:

По характеру управления образовательным процессом	По источнику знаний	По характеру познавательной деятельности	По характеру управления образовательным процессом
Обучение под руководством педагога (выполнение учебных заданий с комментариями педагога)	Словесные (учебная беседа, педагогический комментарий)	Объяснительно иллюстративные (показ и игра педагога)	Обучение под руководством педагога (выполнение учебных заданий с комментариями педагога)
Самостоятельная работа на занятии (выполнение учебных заданий под наблюдением педагога)	Наглядные (учебные пособия, карты, иллюстрации, фотографии)	Деятельностные (самостоятельная работа учащихся)	Самостоятельная работа на занятии (выполнение учебных заданий под наблюдением педагога)

Профессиограмма профессии

Профессиограмма профессии «Специалист по социальной рекламе»

1. Социальная реклама — вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. Специалист по социальной рекламе - человек, владеющий специальным образованием, имеющий стаж и необходимые знания для сбора команды и создания социального ролика. Профессия относится к смешанному классу профессий: «Человек- человек», «Человек-знак» (особенно в условиях развития интернет-технологий и коммуникации при помощи мобильных платформ и социальных сетей). По характеру труда профессия «специалист по социальной рекламе» относится к творческому классу, поскольку связана с организацией, руководством и управлением деятельностью, основанной на принятии нестандартных, эвристических решений, создании и внедрении новых смыслов и образцов.
2. Содержание деятельности специалиста по социальной рекламе определяется нормами, правилами и образцами рекламной деятельности, воспроизводимыми в форме технологий рекламной деятельности. В основе всего лежит знание социума, его структуры и потребностей.

   К основным технологическим элементам рекламной деятельности относятся: разработка рекламного продукта; определение и сегментирование целевых групп потребителей; разработка креативных элементов рекламной коммуникации с учётом выбранных рекламных

носителей и средств (каналов) распространения рекламы; выбор рекламной стратегии; поиск и создание рекламной идеи; поиск и выбор образных, композиционных, цветовых, вербальных и аудиальных форм воплощения рекламной идеи.

К основным техническим элементам рекламной деятельности специалиста по социальной рекламе относятся: создание в материале эскизов (сценариев), макетов сцен с применением производственных и информационно-коммуникационных технологий; создание информационно-справочных и презентационных материалов в программах текстовых и графических редакторов основных операционных систем.

3. Специалист по социальной рекламе работает обычно в офисном помещении, в условиях интенсивного высокоинтеллектуального умственного труда и подвижного образа деятельности.
4. Специалисту по социальной рекламе требуются хорошо развитые организаторские и коммуникативные навыки для руководства подчинёнными, для делового общения с представителями других организаций, а также знание психологии и социологии, для лучшего выявления проблем и привлечения целевой аудитории.

   А так же:

   - понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;
   - организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;
   - принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
   - осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
   - использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;
   - работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
   - брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий;
   - самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;
   - ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;

5. Противопоказания:

   - нервно-психические расстройства;
   - заболевания опорно-двигательного аппарата;
   - сердечно - сосудистые заболевания;
   - хронические инфекционные заболевания,

- заболевания речеголосового аппарата;
- заболевания зрительного и слухового анализаторов

6. Необходимые знания
   - обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке;
   - проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий;
   - владеть современными информационными и телекоммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности.
7. Где можно получить специальность
   ПГНИУ
   ПНИПУ
8. Родственные профессии Специалист по рекламе, маркетолог.

3. Список литературы

Нормативные документы:

1. Федеральный Закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».: URL [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 18.06.2025).
2. Федеральный закон Российской Федерации от 14.07.2022 № 295-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации».: URL [Электронный ресурс]: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207140031 (дата обращения: 18.06.2025).
3. Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 марта 2022 г. № 678-р.: URL [Электронный ресурс]: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403709682/ (дата обращения: 18.06.2025).
4. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».: URL [Электронный ресурс]: http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726 (дата обращения: 18.06.2025).
5. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».: URL

[Электронный ресурс]: http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502 (дата обращения: 18.06.2025).
6. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи» (далее - СанПиН).: URL [Электронный ресурс]: https://base.garant.ru/75093644/ (дата обращения: 18.06.2025).
7. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 января 2021 г. № 2 «Об утверждении санитарных правил и норм».: URL [Электронный ресурс]: https://base.garant.ru/400289764/ (дата обращения: 18.06.2025).
8. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».: URL [Электронный ресурс]: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405245425/ (дата обращения: 18.06.2025).
9. Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 № 09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)».: URL [Электронный ресурс]: https://summercamps.ru/wp-content/uploads/documents/document__metodicheskie-rekomendacii-po-proektirovaniyu-obscherazvivayuschih-program.pdf (дата обращения: 18.06.2025).
10. Письмо Минпросвещения России от 30.12. 2022 № АБ-3924/06 (О направлении методических рекомендаций (вместе с методическими рекомендациями «Создание современного инклюзивного образовательного пространства для детей с ограниченными возможностями здоровья и детей- инвалидов на базе образовательных организаций, реализующих дополнительные общеобразовательные программы в субъектах Российской Федерации».: URL [Электронный ресурс]: https://cde.iro63.ru/cde/images/files/metod_rekomend_new/Pismo_MinPros_30_12_2022-3924_06.pdf (дата обращения: 18.06.2025).
11. Приказ Министерства общего и профессионального образования Свердловской области от 30.03.2018 г. №162- Д «Об утверждении Концепции развития образования на территории Свердловской области на период до 2035 года».: URL [Электронный ресурс]: https://docs.cntd.ru/document/553265120 (дата обращения: 18.06.2025).
12. Приказ Министерства образования и молодежной политики Свердловской области от 29.06.2023 № 785-Д «Об утверждении Требований к условиям и порядку оказания государственной услуги в социальной сфере «Реализация

дополнительных образовательных программ в соответствии с социальным сертификатом».: URL [Электронный ресурс]: https://base.garant.ru/407575052/ (дата обращения: 18.06.2025).

13. Приказ ГАНОУ СО «Дворец молодежи» от 29.04.2025 г. № 582-д «Об утверждении методических рекомендаций «Разработка дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ в образовательных организациях».: URL [Электронный ресурс]: https://ddtbgo.profiedu.ru/upload/proeduddtbgo_new/files/cf/51/cf5115a84afeacec3030a57ab1c273be.pdf (дата обращения: 18.06.2025).

Литература для педагога

1. Буйлова, Л. Н. Современные подходы к разработке дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ [Текст] / Л. Н. Буйлова // Молодой ученый. — 2015. — №15. — С. 567-572.
2. Буйлова, Л. Н., Павлов А.В. Шаблон дополнительной общеобразовательной программы. [Текст] / Л. Н. Буйлова, А.В. Павлов. Материалы вебинара «Разработка и оценка дополнительных общеразвивающих программ». - Москва. - 2015.
3. Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ. М. - Министерство образования и науки России, Федеральное государственное автономное учреждение «Федеральный институт развития образования». - 2015 г.- 21 с.

Календарный учебный график

Программа **СПЕЦИАЛИСТ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ** (возраст детей 11-15 лет)
Год обучения, количество часов в год **6 месяцев обучения, 2 часа в неделю, 36 часов.**
Место проведения: МАОУ ДО ЦТР и ГО «Гармония» (ул. Кирова, 126) кабинет № 4

№ занятия	Дата занятия	Тема занятия		Форма занятия	Форма контроля
1.	Сентябрь	Вводное занятие. Знакомство с социальной рекламой.	2	Инструктаж. Беседа	Беседа.
2.	Сентябрь	Сценарий – основа видеоролика	2	Беседа	Беседа.
3.	Сентябрь	Раскадровка – как способ визуализации видеоосновы	2	Беседа, практическая работа	Анкетирование
4.	Сентябрь	Основы актерского мастерства	2	Беседа, практическая работа	Видеоматериалы, посещение мероприятий, литература.
5.	Сентябрь	Профессии мира кино	2	Беседа, практическая работа	Видеоматериалы, посещение мероприятий, литература.
6.	Октябрь	Правила съемки. Знакомство с оборудованием для съёмок.	2	Практическая работа	Педагогическое наблюдение, опрос

7.	Октябрь	Правила съемки. Знакомство с оборудованием для съёмок.	2	Практическая работа	Педагогическое наблюдение, опрос
8.	Октябрь	Основы видео - монтажа. Работа в Pinnacle Studio	2	Практическая работа	Педагогическое наблюдение, опрос
9.	Октябрь	Основы видео - монтажа. Работа в Pinnacle Studio	2	Практическая работа	Педагогическое наблюдение, опрос
10.	Ноябрь	Знакомство с монтированием в Adobe Premiere CC.	2	Беседа, практическая работа	Беседа
11.	Ноябрь	Знакомство с монтированием в Adobe Premiere CC.	2	Беседа, практическая работа	Беседа
12.	Ноябрь	Организация съемок ролика социальной рекламы	2	Беседа, практическая работа	Беседа
13.	Ноябрь	Организация съемок ролика социальной рекламы	2	Практическая работа	Упражнения и тренинги.
14.	Декабрь	Обработка полученных медиаданных, монтирование видео	2	Практическая работа	Упражнения и тренинги.
15.	Декабрь	Обработка полученных медиаданных, монтирование видео	2	Практическая работа	Упражнения и тренинги.
16.	Декабрь	Озвучивание социальной рекламы	2	Практическая работа	Упражнения и тренинги.
17.	Декабрь	Сведение и завершающая обработка видео	2	Беседа	Анкетирование
18.	Декабрь	Итоговое занятие. Презентация получившегося ролика	2	Практическая работа	Фестиваль

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 194515710994592247154964585592159115514362733445

Владелец Кынчина Юлия Викторовна

Действителен С 03.02.2026 по 03.02.2027