

**Автономная некоммерческая общеобразовательная организация «ТАШКОЛА»  
(АНОО «ТАШКОЛА»)**

«Утверждаю»

Директор

*АНОО «ТАШКОЛА»*

*Замотина Т.А.*

Рабочая нелинейная программа внеурочной деятельности в рамках реализации проекта

«Читающая школа условие успеха современного подростка»

**«Старшие - младшим. Реклама книги»**

**Направленность:** социально-гуманитарная

**Возрастная категория:** 12-16 лет

Авторы проекта «Читающая школа условие успеха современного подростка» и программы «Старшие - младшим. Реклама книги»: ГБОУ средняя общеобразовательная школа №259 им. М.Т.Лорис-Меликова Адмиралтейского района Санкт-Петербурга (директор А.Т. Кочарян, науч. рук-ль Старовойтова О.Р., кпн)

## **1. Пояснительная записка.**

### **Краткая аннотация проекта.**

Образовательная программа рассчитана на учащихся 12-16 лет и ориентирована на школьников, интересующихся различными видами культурно-образовательной деятельности (организация книжных выставок, посещение школьной библиотеки, дизайн и реклама книги), повышение читательской компетентности учащихся начальной и основной школы.

Реализация программы осуществляется в тесном взаимодействии с программой для начальной школы «Читательский клуб» и реализуется педагогом–библиотекарем, учителями литературы и начальной школы, а также школьным психологом и волонтерами чтения школы.

### **Обоснование необходимости программы.**

**Программа разработана с учетом следующих законодательных нормативно-правовых документов:**

- Конвенцией ООН о правах ребенка;
- Конституцией РФ;
- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (последняя редакция)
- Федеральным законом «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации».

Одной из самых важнейших стратегических задач каждого государства является забота об образовании подрастающего поколения, реализация данной программы способствует гармоничному развитию личности ребенка и закладывает фундамент успешного обучения в любой области знаний.

### **Программа:**

- построена в соответствии с основными положениями ФГОС третьего поколения и положениями современного законодательства т.е. ориентирована на читательское развитие личности школьников, развитие их функциональной грамотности, метапредметных умений и навыков, как основы успешности обучения;
- направлена на получение учащимися знаний в сфере рекламной деятельности, значения ее в школе, особенностям взаимодействия, с точки зрения психологии, с учащимися начальной школы;
- является инструментом повышения успешности обучения и получения достаточно высокой читательской компетентности,

Проблема, на решение которой ориентирована реализация программы – недостаточное количество навыков смыслового чтения у учащихся начальной школы.

**Сроки реализации программы – учебный год.**

### **Новизна, актуальность, педагогическая целесообразность программы.**

**Требования ФГОС третьего поколения во многом определяют актуальность** программы, а также оправдывают формы и методы, используемые при ее реализации.

Приобщение младших школьников к систематическому смысловому чтению средствами рекламы книги и силами старших учащихся – соответствует Федеральному государственному

образовательному стандарту, Концепции школьного филологического образования, Стратегии развития воспитания в РФ и другим руководящим документам.

**Новизна данной программы** заключается в выборе рекламы книги как инструмента популяризации книг и чтения среди учеников начальной школы с использованием формы наставничества «старший ученик-младший ученик», «векерное наставничество».

Отличительной особенностью программы является то, что она даёт возможность каждому старшему школьнику попробовать свои силы в разных видах рекламного творчества, профессиях, а младшему - узнать новое, развить читательские умения и навыки. Таким образом, программа способствует читательскому общению учащихся разных возрастов и является базой для развития навыков смыслового чтения и меж возрастной коммуникации.

**Воспитательная ценность реализации программы** – создание условий для удовлетворения потребностей в новизне впечатлений у младших школьников в проектной самореализации, общении и творчестве у старших школьников, распространение традиционных российских духовно-нравственных ценностей, развитие коммуникативных навыков учащихся, создание развивающей среды, способствующей ранней профориентации.

### **Цель и задачи программы**

**Основная цель программы:** развитие волонтерской работы в школе, использование волонтерами чтения форм работы с текстом, позволяющих создать рекламный продукт и способствовать реализации программы для начальной школы «Читательский клуб».

#### **Основные задачи программы:**

1. Познакомить учащихся средней и старшей школы с основами волонтерской и добровольческой деятельности, ее целями и формами.
2. Ввести учащихся средней и старшей школы в сферу разработки рекламной проекции для младших школьников.
3. Познакомить учащихся средней и старшей школы с возрастными психолого-педагогическими особенностями учащихся начальной школы как целевой группы потребителей рекламы книги.
4. Сформировать навыки совместной работы в детско-взрослых и иных разновозрастных коллективах.
5. Познакомить учащихся с созданием презентацией книг для учащихся начальной школы (в формате рекламных видеопроductов, интерактивных презентаций, «Буктрейлеров» и других видеоматериалов рекламного характера, а также - печатных продуктов буклетов, плакатов и др.).
6. Сформировать у старших учащихся опыт рекламодателя, посредством публичных выступлений перед обучающимися начальной школы.
7. Создать привлекательный имидж книги и чтения для учащихся начальной школы.

#### **Программа реализуется на основе следующих принципов:**

- **Обучение в активной познавательной деятельности.** Все темы, обучающие изучают на практике, выполняя различные творческие задания, общаясь в парах и группах друг с другом.
- **Индивидуальное обучение.**
- **Преемственность.** Программа курса построена так, что каждая последующая тема логически связана с предыдущей.
- **Целостность и непрерывность,** означающие, что данная ступень является важным звеном единой общешкольной подготовки по гуманитарному профилю.
- **Практическая ориентированность,** обеспечивающая отбор содержания и

инструментирования всех видов деятельности. При этом исходным является положение о том, что информационные технологии могут многократно усилить возможности человека, но не заменить его.

- **Принцип развивающего обучения** – обучение ориентировано не только на получение новых знаний, но и на активизацию мыслительных процессов, формирование и развитие у старших школьников навыков самостоятельной работы и проектной деятельности.

### **Планируемые результаты.**

#### **Образовательные результаты:**

- приобретение учащимися новых знаний, умений, навыков и компетенций в межпредметной среде чтения, читательской деятельности, функциональной грамотности,
- основным результатом реализации программы является повышение уровня мотивации к чтению и информационной грамотности у учащихся начальной и средней школы,
- овладение основами информационной культуры и рекламного дела,
- повышение успешности работы в «Читательском клубе» в начальной школе и в обучении учащихся школы.

Реализация программы расширяет нелинейную внеурочную деятельность по формированию читательского кругозора учащихся начальной школы посредством рекламы книги и выходит за рамки традиционного обучения чтению в школе, а также предусматривает совместную деятельность учеников начальной и средней школы. Реализация программы включает не только рекламирование книг старшими учениками, но и постчитательскую деятельность младших учеников. Старшие учащиеся знакомятся с секретами рекламного мастерства и учатся создавать интересные рекламные проекты с учетом психологических особенностей и особенностей познавательной деятельности учащихся начальной школы.

После проведения презентации книг с использованием рекламы - предполагается рефлексия, где каждый школьник, создавший и презентовавший рекламный продукт, выскажет своё мнение о том, что у него лучше всего получилось и над чем стоит работать в дальнейшем.

**В соответствии с требованиями ФГОС мы отмечаем следующие виды результатов реализации программы:**

#### Личностные результаты:

- высокий уровень мотивации к исследовательской, аналитической, проектной деятельности и к творческому труду;
- формирование информационной культуры и культуры чтения личности;
- формирование умений в сфере передачи младшим школьникам общечеловеческих ценностей через рекламу книги и последующее смысловое чтение;
- бережное отношение к культурному и историческому наследию, осознанное формирование собственной культурной среды;
- осознанная потребность в самореализации.

#### Предметные результаты:

- освоение обучающимися основных понятий рекламного мастерства;
- освоение обучающимися моделей и форм представления рекламы книги;
- знакомство с программами позволяющими создавать буктрейлеров, в том числе - формирование у обучающихся умения применять основные инструменты программ: использование плавных переходов между кадрами, использование статичных картинок,

добавление комментариев и музыки;

- развитие у учащихся интереса к рекламе книги и чтения в социуме.

#### Компетентностные результаты:

##### Регулятивные универсальные учебные действия

- владение умениями в области организации собственной учебной деятельности.
- умения в области планирования, в том числе - определение последовательности промежуточных целей с учетом конечного результата;
- умения в области прогнозирования, в том числе - предвосхищения результата;
- умения в области осуществления контроля, в том числе - интерпретации полученного результата и его соотнесения с поставленной целью.

##### Познавательные универсальные учебные действия

- умение осуществлять поиск нужной информации;
- умение применять для решения задач анализ, сравнение, обобщение, построения рассуждений и выводов;
- умение структурировать текстовую и визуальную информацию;
- самостоятельное решение проблем творческого и поискового характера.

##### Коммуникативные универсальные учебные действия

- владение основами продуктивного взаимодействия и сотрудничества со сверстниками и взрослыми: умение правильно, четко и однозначно сформулировать мысль в понятной собеседнику форме;
- умение осуществлять в информационную деятельность при разработке рекламы книги;
- умение выступать перед разными аудиториями, представляя им результаты своей работы.

Кроме того, в результате прохождения курса волонтеры чтения должны:

##### Знать:

- правила русского языка в устной и письменной речи;
- терминологическую базу рекламы для детей;
- функции рекламной деятельности;
- различные виды рекламирования;
- сферы применения знаний в области рекламы в привлечении младших школьников к чтению.

##### Владеть:

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- навыками, связанными с процессами взаимодействия и сотрудничества;
- высокой мотивацией к выполнению рекламной и волонтерской деятельности;
- разработкой учебных рекламных продуктов и реализацией их в рамках конкурсов, фестивалей, конференций.

По окончании курса учащимся выдаются дипломы выпускника «Школы рекламы книги»

#### **1. Базовый уровень**

- «Диплом об окончании школы рекламы» - (вручается выпускникам, успешно освоившим курс и подготовившим рекламные материалы по 1 книге)
- «Диплом с отличием» (вручается выпускникам, успешно освоившим курс и подготовившим рекламные материалы по 2 и более книгам).

#### **2. Продвинутый уровень с присуждением почетных званий**

- Диплом «Надежда рекламного бизнеса» (вручается выпускникам, успешно освоившим курс, подготовившим рекламные материалы по книгам в виде 1 буктрейлера)
- Диплом «Лидер рекламного бизнеса» (вручается выпускникам, успешно освоившим курс, подготовившим рекламные материалы по книгам в виде 2 буктрейлеров).

### **Содержание программы:**

#### **Модуль 1: «История и основы волонтерства в России».**

##### **Темы:**

- истории возникновения добровольчества и волонтерства в России;
- цели и виды волонтерской деятельности. в современном мире;
- волонтеры чтения в школе и безопасная реклама книги для младших школьников.
- значение рекламы книги для младших школьников.

#### **Модуль 2: «Основы рекламного мастерства».**

##### ***История и практика современной рекламы.***

##### **Темы:**

- истории возникновения рекламы, ее виды и средства применения, виды рекламы;
- безопасная и потенциально опасная для учащихся начальной школы реклама;
- способы построения рекламного продукта, учитывающего особенности восприятия учащихся начальной школы.

##### ***Средства рекламы.***

##### **Темы:**

- реклама в прессе, правила оформления рекламных текстов;
- достоинства и недостатки печатной рекламы;
- телереклама, достоинства и недостатки;
- наружная реклама: плакаты, афиши, панно, щиты, и т.д.;
- малые формы рекламы: авторучки, блокноты, календари, папки, брелки;
- понятие слогана;
- рекламные обращения, стили обращений, обращения к младшим школьникам.

#### **Модуль 3: «Особенности рекламы книги для учащихся начальной школы».**

##### ***Представляем книгу.***

##### **Темы (материалы для занесения младшими школьниками в «Портфель читателя»):**

- содержание первого сообщения для младших школьников: краткое описание сюжета, время и место действия, главные герои, основные события книги;
- содержание второго сообщения: отрывок из книги, устное сообщение, аудиозапись в исполнении волонтера чтения;
- «Лучше один раз увидеть...» - выбор (создание) обложки книги для презентации, иллюстраций к книге, эмблемы книги;
- «Слоган – великая сила»;
- «Саундтрек» или «музыкальная тема книги»: выбор, обсуждение с младшими школьниками в «Читательском клубе»: поиск музыкального произведения и/или его фрагмента, с помощью которого можно описать события, происходящие в книге (песни, мелодии, целые музыкальные произведения);
- автор книги: портрет, биография, интересные факты о создании книги;
- подбор 3-4 книг этого и/или другого автора на тему первой книги;

- участие в заполнении «Портфеля читателя».

#### **Модуль 4. Создание рекламной продукции для учащихся начальной школы».**

##### **Создание интерактивной презентации и/или буктрейлера для младших школьников.**

##### **Темы:**

- основные понятия мультимедиа;
- этапы разработки мультимедийного продукта;
- методы анализа текста;
- отбор и анализ материала по теме, использование книг и ресурсов Интернет;
- создание нового текста на основе отобранных материалов;
- техники создания интерактивных презентаций: использование видеоэффектов, звука, фрагментов фильмов и мультфильмов;
- буктрейлер-реклама книги, виды буктрейлеров;
- техники создания видеороликов – буктрейлеров;
- способы представления рекламы в «Читательском клубе».

#### **Тематическое планирование**

№ п/п	Дата / модули	Тема	Кол-во часов	Практическая деятельность	Ответственный учитель
<b>Модуль 1: История и основы волонтерства в России.</b>					
1.		Истории возникновения добровольчества и волонтерства в России.			
2.		Цели и виды волонтерской деятельности. в современном мире.			
3.		Волонтеры чтения в школе и безопасная реклама книги для младших школьников.			
4.		Значение рекламы книги для младших школьников.			
<b>Модуль 2: Основы рекламного мастерства - представляем книгу</b>					
5.		Истории возникновения рекламы ее виды и средства. виды рекламы.			
6.		Способы построения рекламного продукта, учитывающего особенности восприятия учащихся начальной школы.			
7.		Безопасная и потенциально опасная для учащихся начальной школы реклама.			
8.		Средства рекламы.			
9.		Реклама в прессе, правила оформления рекламных текстов, достоинства и недостатки печатной рекламы.			
10.		Телереклама, достоинства и недостатки.			
11.		Наружная реклама: плакаты, афиши, панно, щиты, и т.д.			
12.		Малые формы рекламы: авторучки, блокноты, календари, папки, брелоки.			
13.		Понятие слогана.			
14.		Рекламные обращения, стили обращений, обращения к младшим школьникам.			
<b>Модуль 3: Особенности рекламы книги для учащихся начальной школы: материалы для занесения младшими школьниками в «Портфель читателя»</b>					
15.		Содержание первого сообщения для младших школьников: краткое описание сюжета, время и место действия, главные герои, основные события книги.			
16.		«Лучше один раз увидеть...» - выбор (создание) обложки книги для презентации, иллюстраций к книге, эмблемы книги.			

17.		Содержание сообщения: отрывок из книги, устное сообщение, аудиозапись в исполнении волонтера чтения.			
18.		Слоган – великая сила.			
19.		«Саундтрек» или «музыкальная тема книги»: выбор, обсуждение с младшими школьниками в «Читательском клубе».			
20.		Поиск музыкального произведения и/или его фрагмента, с помощью которого можно описать события, происходящие в книге (песни, мелодии, целые музыкальные произведения).			
21.		Автор книги: портрет, биография, интересные факты о создании книги.			
22.		Подбор 3-4 книг этого и/или другого автора на тему первой книги.			
23.		Участие в заполнении «Портфеля читателя».			
<b>Модуль4:</b> Создание рекламной продукции для учащихся начальной школы». Создание интерактивной презентации и/или буктрейлера для младших школьников					
24.		Основные понятия мультимедиа.			
25.		Техники создания видеороликов – буктрейлеров.			
26.		Этапы разработки мультимедийного продукта.			
27.		Методы анализа текста. Стратегии смыслового чтения.			
28.		Отбор и анализ материала по теме, использование книг и ресурсов Интернет.			
29.		Создание нового текста на основе отобранных материалов. (Информационная компетентность волонтеров чтения).			
30.		Техники создания интерактивных презентаций.			
31.		Использование видеоэффектов, звука, фрагментов фильмов и мультфильмов при создании презентаций.			
32.		Буктрейлер-реклама книги, виды буктрейлеров.			
33.		Техники создания видеороликов – буктрейлеров.			
34.		Способы представления рекламы в «Читательском клубе».			
35.		Презентация продукта			
Итого			34 часа		

## Методическое обеспечение программы

### Список литературы

1. Анисимова Т.В. Особенности отбора аргументов в рекламе книги // Научный журнал «РҮХИС». – 2019. – №3, с. 65-68.
2. Антонова Н.В., Психология потребительского поведения, рекламы и PR./ Учебное пособие. М.: Инфра-М.- 2024. - С.210-214.
3. Бергер Й. Как люди убеждают. Влияние слова в переговорах, беседах и спорах. М.: Манн, Иванов, Фербер. - 2023. - 262 с.
4. Буктрейлер - современный способ продвижения книги в библиотеке: методические рекомендации. Вып. 1 / Детско-юношеская библиотека Республики Карелия им. В. Ф. Морозова; [авт.- сост. Т. А. Лисовская]. Петрозаводск: ДЮБ РК, - 2014. - 16 с.
5. Буктрейлеры - современный способ продвижения книг в библиотеках [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://sbiblioteka.blogspot.com/2011/10/blog-post\\_09.html](http://sbiblioteka.blogspot.com/2011/10/blog-post_09.html)
6. Васюкович А. Как сделать буктрейлер? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tvoya1kniga.ru/kak-sdelat-buktreyleyler>
7. Евстафьев, В. А. История российской рекламы. Современный период: учебное пособие /– 5-е изд. – М. : Дашков и К, - 2023.- С 432- 438.
8. Зимина Л.В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 2. С. 170-179.
9. Из всех искусств для нас важнейшим является... БУКТРЕЙЛЕР! [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://murmansk-nordika.blogspot.com/2011/11/blog-post\\_2309.html](http://murmansk-nordika.blogspot.com/2011/11/blog-post_2309.html)
10. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: учебник / М. А. Измайлова. 6-е изд., стер. Москва: Дашков и К, - 2023. - С 389-391.
11. Костина А.В., Карпухин О.И., Макаревич Э.Ф. Основы рекламы. Учебное пособие. М.: КноРус. - 2024. – С.343-346.
12. \Мастер-класс «Как создать буктрейлер» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://nb-notabene.blogspot.ru/p/blog-page\\_61.html](http://nb-notabene.blogspot.ru/p/blog-page_61.html)
13. Наумов, В.Н. Поведение потребителей. Учебник. М.: Инфра-М, - 2023. – С.157-159.
14. Рыжиков, С. Н., Основы рекламной деятельности. Учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. М.: КноРус., - 2024. – С.218-221.
15. Оришев А.Б., Козырева Н.Е. Буктрейлеры как новое направление в рекламном искусстве // Бизнес и дизайн ревю. 2019.- № 3 (15). - С. 12.-14.
16. Снимаем буктрейлер: теория и практика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosuchebnik.ru/material/snimaem-booktrailer-teoriya-i-praktika/>
17. Томашева Е.Н. Реклама детской книги в библиотеке: специфика и формы / Е. Н. Томашева. // Школьная библиотека. – 2019. – № 3-4. – С. 113 - 121.
18. Трищенко Д. Разработка творческой концепции рекламного продукта. Учебник для СПО. М.: Лань.- 2023. – С. 82-86.
19. Черных О.С. Буктрейлеры: классификация, композиция и связь с текстом // Язык. Текст. Книга. Материалы конференции. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени Б.Н. Ельцина, 2018. - С. 104-108.

20. Что такое буктрейлер? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.aif.ru/culture/38268>

**Дополнительные Интернет ресурсы.**

<http://www.apatitylibr.ru/index.php/2014-07-15-10-43-04>

<http://www.slideshare.net/tatyanautkina3/vasiljeva1>

<http://tvoya1kniga.ru/kak-sdelat-buktrejler>

**Материально-техническое обеспечение**

ИКТ-средства	
Персональный компьютер	
Проектор	
Интерактивная доска	
Принтер	
Устройства ввода-вывода звуковой информации: - Колонки - Наушники - Микрофон	
Программные средства: - Текстовый редактор, растровый и векторный графические редакторы - Браузер	