

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении муниципального этапа краевой акции «Сохраним лес живым!»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет цели и задачи муниципального этапа краевой акции «Сохраним лес живым!» (далее - Акция), порядок её проведения, подведения итогов и награждения победителей. проводится в рамках Всемирного дня защиты лесов.

1.2. Организаторы Акции :

- Управление образования администрации Рыбинского района;
- МБОУ ДО ЦДТ Рыбинского района.

2. Цель и задачи Акции

2.1. Акция проводится с целью вовлечения детей и молодежи в общественно значимую практическую, эколого-просветительскую деятельность, направленную на решение проблем в деле сохранения лесных ресурсов Рыбинского района, способствующую формированию у них активной гражданской позиции.

2.2. Задачи Акции:

- реализация общественно значимых мероприятий по охране, защите и восстановлению лесов, улучшению качества природной среды;
- отработка участниками механизмов социального партнерства, конструктивного взаимодействия с группами граждан, различными уровнями власти и общественными организациями;
- популяризация результатов деятельности участников Акции в СМИ.

3. Участники Акции

3.1. К участию в Акции приглашаются команды (коллективы) образовательных учреждений, детских и молодежных общественных организаций, природоохранных организаций, педагогические работники, специалисты лесной отрасли, общественность и население территорий района.

4. Руководство Акцией

4.1. Общее руководство по подготовке и проведению Акции осуществляет районный оргкомитет, который формирует жюри муниципального этапа Акции

состоящий из представителей органов Управления образования, руководителей образовательных учреждений, заинтересованных организаций и ведомств, общественности, подводит итоги Акции, награждает победителей.

4.2. Жюри осуществляет экспертную оценку представленных отчетных материалов в соответствии с критериями (*приложение 1*), определяет победителей.

5. Сроки и порядок проведения Акции

5.1. Муниципальный этап Акции проводится –

- с **27 марта по 06 июня 2017 года** (организация, проведение и представление отчетных материалов в районный оргкомитет Акции);

5.2. Акция должна включать в себя ряд природоохранных, эколого-просветительских, агитационных мероприятий, направленных на предупреждение лесных пожаров; восстановление лесов после рубок, пожаров; сохранение дикорастущих раннецветущих растений (первоцветов), находящихся под угрозой исчезновения и т.п.

5.3. Формы проведения мероприятий Акции могут быть разнообразными: социологические исследования (опросы и др.), направленные на изучение отношения населения к данной проблеме; лекции, по проблеме для разных возрастных и социальных групп; конференции, семинары, конкурсы средств наглядной агитации (аншлаги, плакаты, листовки, стикеры, календари, вымпелы, информационные стенды, электронные презентации, видеоролики), костюмированные парады-шествия, театрализованные представления, экологические фестивали, квесты, агитационные пробеги, торжественные массовые посадки кустарниково-древесных пород, благоустройство пришкольных территорий и т.д. (*приложение 2*)

5.4. Отчётные материалы (не более 3-х, каждый отчёт - в отдельной электронной папке, оформленные в соответствии с требованиями (*приложение 3*))

5.5. На основании отчетов участников Оргкомитет муниципального этапа подводит итоги и направляет работы победителей в адрес Краевой этап Акции «Сохраним лес живым!».

5.6. Материалы, присланные в оргкомитет, не рецензируются и не возвращаются.

6. Подведение итогов и награждение победителей

6.1. Победители муниципального этапа Акции награждаются грамотами районного оргкомитета.

6.2. По итогам муниципального этапа краевой Акции определяются **победители** по максимальному количеству баллов, которые будут направлены для участия в краевом этапе Акции.

6.3. Победители награждаются грамотами.

6.4. Все участники муниципального этапа краевой Акции получают сертификаты участника.

6.5. Список победителей и лучшие материалы муниципального этапа
Акции до **09 июня 2017 года** будут размещены на сайте МБОУ ДО ЦДТ
Рыбинского района rib-rcdt.narod.ru

7. Координатор Акции

Координатор Акции – Оружило Галина Степановна, методист МБОУ ДО
ЦДТ Рыбинского района, тел. 2-19-71, e-mail: rib-rcdt@mail.ru

Приложение 1

Критерии оценки отчётных материалов

1. Социальная значимость (привлечение партнеров и заинтересованность социума)
2. Практические результаты (количественные показатели: охват, мероприятия, масштабность)
3. Популяризация идеи сохранения лесов от пожаров информационными средствами (количество и качество материалов по пиару, распространению, продвижению идеи).

Информация по результатам проведения Акции

География реализации мероприятий Акции (перечислить населенные пункты)	
Целевые группы, на которых были направлены мероприятия	
Формы проведения мероприятий с кратким описанием	
Название учреждений – участников	
количество участников (чел.)	
Участие партнеров и спонсоров (<i>органы власти, бизнес – структуры, общественные объединения, СМИ и т.п.</i>)	
Освещение в СМИ: <i>общее количество публикаций, видео- и радио-репортажей и в каких изданиях, телеканалах, программах (приложить копии опубликованных материалов)</i>	

Методические рекомендации «Как грамотно организовать и провести акцию»

Акция (лат. Action) – действие, направленное на достижение цели.

Что отличает акцию от других форм массовых мероприятий?

Акция – это вовлечение (движение, действие), умение создать событие для достижения поставленной цели.

Акция – это должно быть ярко!

Акция – это большое комплексное мероприятие, продолжительность которого зависит от поставленных задач.

Чтобы придать важность акции, получить от нее не только общественный резонанс, но, прежде всего, эффективный результат, необходимо четко продумать цели, содержание и организацию проводимых в рамках акции мероприятий. Для этого необходимо:

1. Понимание, каким должен быть результат (четкая цель – четкий результат);
2. Четкий сценарий (программа) с задачей для каждого участника и кульминационным событием в ходе акции. Каждое крупное мероприятие программы акции должно иметь отдельный сценарий;
3. Яркий формат (удачное название, лозунг, необычная атрибутика, яркое действие и пр.);
4. Привлечение партнеров на взаимовыгодной основе;
5. Реклама мероприятий, информационная поддержка СМИ;
6. Состязательность (конкурсы, турниры);
7. Использование современных средств общения (Интернет, мобильная связь и т.п.);
8. Поощрение участников акции и демонстрация ее итогов.

Остановимся подробнее на пошаговом создании акции.

Шаг № 1. Определение информационного повода.

Поводом для акции может быть:

- значимая календарная дата: политическая, историческая и др. (в масштабах страны, региона, города и т.п.); ведущая тема года;
- проблема, волнующая всех;
- проблема, волнующая отдельные категории населения;
- реализация программы, проекта.

Иногда информационный повод находится на поверхности – освещается во всех СМИ, тревожит умы населения, активно обсуждается.

Шаг № 2. Определение целевой аудитории.

Определение главных участников акции очень важно. От этого зависит разработка всей программы акции. Чем конкретнее группы - участники акции, тем нагляднее и эффективнее может быть полученный результат акции.

- Молодежь (студенчество, работающая молодежь, старшеклассники);
- Дети (дошкольники, школьники различного возраста);
- Работающее население;
- Пенсионеры;
- Группы населения, условно поделенные по профессиональным признакам:

Ø предприниматели,

Ø педагоги и воспитатели,

Ø муниципальные служащие и др.;

Шаг № 3. Ключевые моменты акции.

Определение ключевых моментов планируемой акции: что есть, что планируется, какие есть ресурсы, кто участники, на кого рассчитана акция, какие ожидаются результаты и т.п. Все эти моменты очень важны и должны быть конкретны.

Шаг № 4. Составление плана действий.

Он включает:

- определение темы акции;
- определение цели и задач акции;
- название, девиз;
- определение даты (место, время) проведения;
- разработка положения о проведении акции;
- распределение и закрепление ответственных организацию и проведение акции;
- составление списков организаторов, участников, приглашенных гостей;
- рассылка пресс-релизов, привлечение СМИ;
- подготовка атрибутов акции;
- подготовка и тиражирование печатной продукции (плакаты, закладки, буклеты и пр.);
- определение сметы акции.

Шаг № 5. Написание сценария (программы) акции.

Ранее уже говорилось, что акция – это большое и яркое комплексное мероприятие событийного характера. А чтобы оно было таковым, в сценарии должно быть ключевое событие: театрализованное действие, красочное шествие, концерт, игра-шоу и т.п.

Сценарий (программа) акции по насыщенности мероприятиями зависит от ее цели. От цели зависит и продолжительность акции.

Примерные формы мероприятий программы акции:

- Ø праздники, презентации, экскурсии, шествия;
- Ø встречи с писателями, известными людьми;
- Ø дискуссии, конкурсы, фотоконкурсы, викторины;
- Ø опросы, анкетирования, тестирования;
- Ø игры, кукольные и др. театрализованные спектакли;
- Ø книжные выставки-просмотры, громкие чтения.

Шаг № 6. Проведение акции.

В акции необходим один координатор (модератор, ведущий, организатор – тот, кто знает ответы на все вопросы и ведет всю акцию). Организатор должен знать все варианты проведения акции при непредвиденных обстоятельствах:

- Ø А что делать, если будет плохая погода?
- Ø А что делать, если участников будет меньше, чем планируется?
- Ø А что делать, если не хватит средств, призов?
- Ø А что делать, если не приедут СМИ?

Шаг № 7. Анализ акции.

По завершении акции обычно готовится итоговый отчет, включающий в себя следующие важные компоненты:

- ход мероприятия в целом;
- наиболее удачные моменты и недостатки, а также трудности, с которыми пришлось столкнуться при организации мероприятия;
- общую эффективность мероприятия;
- отклики в СМИ на проведенную акцию;
- отзывы участников акции.

Такой анализ поможет сделать выводы, уроки и рекомендации, которые необходимо учесть при составлении последующих мероприятий. А самое главное – удалось ли донести ту ключевую мысль, идея которой вкладывалась в акцию. Ведь, по сути, смысл любой акции – это возможность и умение донести свое видение проблемы через различный сюжет, действие, используя определенные формы, механизмы, последовательность действий.

Умение создавать акции заключается в умении сочетать форму и содержание. В этом заключается основной алгоритм акции: СОДЕРЖАНИЕ – ЧТО?; ФОРМА – КАК?

Рекламная продукция

Для успешного проведения акции разрабатывается **рекламная продукция**, например:

- флаеры с девизом акции;
- открытки-приглашения с программой акции;
- листовки с высказываниями известных людей
- книжные закладки;

- аннотированные рекомендательные списки лучших молодежных, познавательных, сайтов.

Дня гражданина информационного общества в средствах массовой информации.

Пример рекламы

ВЫ УВИДИТЕ

как быстро и легко Интернет помогает решать многие бытовые проблемы

ВЫ НАУЧИТЕСЬ

пользоваться разнообразными электронными услугами

ВЫ ПРОВЕРИТЕ

свои знания и умение работать на компьютере

ВЫ ПОПРОБУЕТЕ

сделать первые шаги в мире электронной информации

ВЫ УЗНАЕТЕ

что такое электронные книги и в чем их преимущества

ВЫ ПОЗНАКОМИТЕСЬ

с полезными интернет-ресурсами, которые делают жизнь комфортной и увлекательной

ВЫ ПОЛУЧИТЕ

много полезных сведений о современных интернет-технологиях.

!!! Искусство создавать акцию – это искусство создавать событие, используя имеющиеся ресурсы, опыт и внутреннее чутье, четко осознавая ответственность за тот результат, который будет получен.

Приложение 3

Требования к отчётным материалам муниципального этапа

1. Отчет должен иметь: титульный лист с обязательным указанием (сверху вниз) названия учреждения (по уставу), фамилии, имени, отчества и должности (полностью) руководителя инициативной, название населенного пункта, год.

Тексты отчётов в Microsoft Word, текст – 14-ый размер, с интервалом 1,5. Отступ от левого края 3 см; правый -1,5, верхний и нижний – 2 см.

2. Отчет содержит информацию по результатам проведения Акции, которая включает в себя анализ деятельности относительно поставленных задач:

описание цели и задач;

действия по организации и проведению муниципального этапа Акции;
география реализации мероприятий Акции, целевые группы, на которые были направлены мероприятия;

общее количество проводимых мероприятий, участников Акции по возрастным и социальным группам;

участие партнеров и спонсоров (*органы власти, бизнес – структуры, общественные объединения, СМИ и т.п.*);

результаты Акции по достижению цели: *анализ количественных показателей, традиционные мероприятия и формы, появившиеся инициативы, включение новых категорий участников и т.п.* ;

освещение в СМИ: *количество публикаций, видео- и радио – репортажей и в каких изданиях, телеканалах, программах (приложить копии опубликованных материалов).*

Каждый участник (команда/коллектив) должен приложить к отчету материалы, позволяющие наглядно продемонстрировать результаты их деятельности в рамках Акции (не более 3-х комплектов материалов).

3. *Дополнительные материалы, приложенные к отчету* (*фото, видео, сценарии, плакаты, листовки и т.п.*), должны содержать полную информацию об авторах работ (если имеются): фамилия, имя, наименование учреждения, класс, объединение, фамилия, имя, отчество (полностью), должность руководителя работы.

Фото в формате JPG, размером не более 1,5 МГ;

видео с расширением *.fla*.swf продолжительностью от 5 до 20 минут, не более 2МГ;

презентации в компьютерной программе Microsoft Office PowerPoint, размер одной презентации не должен превышать 1,5 МГ.