

ПОЛОЖЕНИЕ

о 3 этапе городского образовательного туристско-краеведческого проекта «Моя малая Родина»

Третий этап городского образовательного туристско-краеведческого проекта «Моя малая Родина» проводится в форме образовательного квеста.

Цель: создание условий для развития ключевых компетентностей школьников, востребованных в современном мире средствами туристско-краеведческого образования.

Задачи:

- приобщение учащихся к поисковой краеведческой деятельности;
- расширение знаний учащихся по истории памятных мест города Комсомольска-на-Амуре;
- знакомство с основными историческими достопримечательностями города;
- поощрение лучших туристско-краеведческих коллективов.

Руководство и проведение:

Третий этап Городского туристско-краеведческого образовательного проекта «Моя Малая Родина» проводится МОУ ДО ДТДиМ.

Непосредственно проведение третьего этапа организует педагог дополнительного образования Кантемирова Н.Е. (тел. 89098456063).

Время и место проведения:

13.04.2026 г. – все группы проходят образовательный квест, посвящённый Дню космонавтики (65 лет со дня первого полёта человека в космос), в районе пл. Гагарина, участка ул. Советской до парка Ю.А. Гагарина (включительно). Все команды заранее изучают памятники и памятные знаки, их месторасположение, исторические события, связанные с объектами и застройкой улицы.

Команды стартуют по определённому маршруту в сопровождении представителя в изученном районе.

На выполнение задания команда получает контрольное время, по окончании которого поиск прекращается. Команде необходимо при выходе на маршрут иметь при себе **часы, ручку, карандаш, планшет для маршрутного листа.**

Все команды перед выходом на образовательный маршрут сдают **домашнее задание.**

Домашнее задание – информационно-образовательный плакат «Памятные места нашего города, посвящённые Первому космонавту».

Формат А3.

Допускается использование фотоснимка, рисунка. Текст от руки, прописными или печатными буквами; ручкой, маркером, пером, кистью.

В работе обязательно указываем авторов: команду/возрастную группу и руководителя.

Дополнительную информацию по д/з см. Приложение.

Место старта и получения маршрутного листа уточнять при подаче заявки на участие в 3 этапе.

Консультации для руководителей команд проводятся по тел. 89098456063

Участники:

Принять участие в третьем этапе Городского туристско-краеведческого образовательного проекта «Моя Малая Родина», может любой коллектив, имеющий в своем составе от 8 до 10 человек не старше 16 лет. Команды-участники должны подать заявку содержащую:

1. Приказ от образовательного учреждения об участии объединения.
2. Название коллектива (объединения), школа, класс, адрес объединения.
3. Список участников (Ф.И.О., возраст).
4. Состав команды – 8- 10 человек.
5. Ф.И.О. руководителя команды
6. Квитанция об оплате

Возрастные группы (2-4 класс, 5-7 класс, 8-11 класс).

Запись на участие в 3 этапе 7-9 апреля 2026 с 14.00 до 18.00

по тел. 89143124530 Ситар И.В.

ПОСЛЕ 9.04.26 ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ НЕ ПРИНИМАЮТСЯ!!!

Команды, принявшие участие в 1, 2 этапах Городского образовательного туристско-краеведческого проекта «Моя Малая Родина» заявку не подают, но подтверждают свое участие в 3 этапе программы, регистрируясь в протоколе старта (**обязательная регистрация по времени участия!**).

Литература:

1. Город, дома и люди. - Комсомольск-на-Амуре, 2005.
2. Комсомольск-на-Амуре - город мужества, труда и героизма. - Хабаровск, 1982.
3. Комсомольск-на-Амуре. Энциклопедия. - Комсомольск-на-Амуре, 2004.
4. Кузьмина М. А. «Комсомольск начинался с палаток...» - Комсомольск-на-Амуре, 2007.
5. Любые доступные источники.

Определение результатов и награждение:

Победителем игры является команда, набравшая максимальное количество очков при выполнении заданий маршрутного листа. При равенстве очков предпочтение отдается команде, затратившей меньше времени на прохождение маршрута.

Команды, занявшие первые три места в третьем этапе Городского образовательного туристско-краеведческого проекта «Моя Малая Родина» в каждой возрастной группе по номинациям, награждаются памятными дипломами. Все остальные команды получают свидетельства участников 3 этапа проекта.

Домашнее задание

Основные принципы оформления плаката

Плакат — это крупноформатное печатное изображение с текстовым сопровождением, предназначенное для привлечения внимания целевой аудитории. Правильно оформленный плакат сочетает в себе визуальную выразительность и информативность, становясь мощным инструментом коммуникации. Исторически плакаты использовались для агитации и информирования о событиях.

Плакат должен быть ярким, запоминающимся и эффективным. Ключевые особенности хорошего плаката:

- четкая цель (информировать, рекламировать, предупреждать);
- грамотное сочетание изображения и текста;
- правильно подобранная цветовая гамма;
- учет особенностей восприятия целевой аудитории.

Какие бывают виды плакатов?

Рекламные

Основная задача — продвижение товаров, услуг или брендов. Правильно оформленный рекламный плакат должен:

- привлекать внимание с первого взгляда;
- содержать минимум текста, но максимум смысла;
- использовать фирменную цветовую гамму бренда;
- быть адаптированным под аудиторию.

Информационные

Используются для передачи важных сведений. Их оформление должно быть:

- максимально четким и читаемым;
- с хорошо структурированной информацией;
- с использованием инфографики и пиктограмм.

Часто применяются в образовательных учреждениях, медицинских центрах, общественных местах.

Социальные

Направлены на привлечение внимания к общественным проблемам. Особенности:

- эмоциональное воздействие;
- провокационные изображения;
- короткие, но емкие слоганы;
- контрастная цветовая гамма.

Такие плакаты часто показываются в рамках социальных рекламных кампаний.

Декоративные постеры

Основная функция — эстетическая. Должны быть:

- визуально привлекательными;
- соответствовать стилю интерьера;
- иметь высокое качество печати.

Используются для украшения домов, офисов, кафе.

Мотивационные плакаты

Призваны вдохновлять целевую аудиторию. Их особенности:

- цепляющие цитаты;
- яркие метафоры в изображении;
- позитивная цветовая гамма.

Как правильно оформить плакат

Для каждого вида плаката существуют свои правила оформления, но есть и универсальные, которые необходимо учитывать.

Определение целей и аудитории

Прежде чем приступить к созданию плаката, необходимо четко понять.

Цель — что должен достичь плакат? (продажи, информирование, создание настроения).

Кто будет его видеть (возраст, интересы, социальный статус)?

Место размещения — где он будет использоваться (улица, помещение, транспорт)?

Например, рекламный плакат для молодежной аудитории может использовать яркие цвета и современный дизайн, в то время как информационный плакат для пожилых людей должен иметь крупный, хорошо читаемый текст.

Размер

Формат плаката определяется его местом размещения и целью. Большой наружный баннер необходимо выполнить так, чтобы его было видно издалека, и он привлекал внимание. Размеры должны соответствовать требованиям места размещения и быть удобными для восприятия.

Большой формат (A1, A0) — для наружной рекламы.

Средний (A3, A2) — для помещений.

Малый (A4) — раздаточная печатная продукция.

Композиция и визуальная иерархия

Основная задача постера — донести информацию максимально четко. Для этого необходимо выстроить визуальную иерархию:

Правило третей. Разделите макет на 3 части (по вертикали и горизонтали) и размещайте ключевые элементы в точках пересечения.

Акцент на главном. Товар или услуга должны выделяться, а второстепенная информация (контакты, дата, условия) располагается ниже.

Правильная композиция помогает удерживать внимание читателя.

Структура

Внешний вид печатной продукции во многом зависит от ее структуры. Оформление плаката должно быть таким, чтобы он легко воспринимался читателем. Для этого соблюдается четкая, логическая структура, позволяющая быстро уловить основную концепцию, которую маркетологи пытаются донести до аудитории. Стандартные элементы дизайна плаката следующие.

Заголовок.

Подзаголовок.

Логотип.

Изображение.

Лаконичный текст.

Контактные данные.

Текстовый контент

Основное правило при подготовке текста – это краткость, информативность. Ведь на него проходящие мимо люди смотрят несколько секунд.

Типографика

Это искусство выбора и размещения шрифтов на полиграфической продукции. Они должны соответствовать основной идее плаката, быть читаемыми, хорошо воспринимаемыми. Выбирая тип шрифта, нужно обратить внимание на четкость форм, чтобы буквы были понятными даже на расстоянии. Размер шрифта зависит от формата самого издания. Для заголовка отводится при оформлении не менее 15% высоты плаката, так как он влияет на заинтересованность читателя..

Цветовая палитра и контраст

Цвет влияет на восприятие и эмоции аудитории. Яркие контрастные цвета (красный, желтый) привлекают внимание, приглушенные оттенки подходят для элитных товаров. Избегайте «кислотных» сочетаний — они утомляют глаза. Контрастность — ключевое правило при создании

рекламного плаката. Темный текст на светлом фоне или наоборот. Проверьте, чтобы информация на плакате оставалась читаемой даже при слабом освещении.

Изображения и графика

Изображения и графические элементы — самый быстрый способ привлечь внимание. Поэтому они являются центральной частью любого постера или плаката. С помощью изображений можно за несколько секунд донести до потребителя идею. Какие изображения работают лучше:

- фото товара (если это реклама);
- эмоциональные образы (для социальных плакатов).

Информационная нагрузка

Текст должен быть кратким, ясным и убедительным. Основной задачей является передача ключевой информации: название товара или услуги, контактные данные, призыв к действию. Важно использовать хорошо читаемый шрифт и соблюдать баланс между графическими элементами и текстом. Время, отведенное на визуальное восприятие, очень ограничено, поэтому важна четкая структура текста и выделение важного.

Частые ошибки в создании макета плаката

При разработке дизайна часто допускаются типичные ошибки, которые снижают эффективность печатной продукции.

Неправильный размер

Плакат должен быть заметным на расстоянии, но многие не учитывают:

- Для большого формата (билборды, А1) нужны крупные элементы и шрифты.
- Уличные конструкции требуют минимального текста и максимальной графики.
- Размер шрифтов должен соответствовать дистанции просмотра.

Перед созданием макета определите место размещения и адаптируйте размер под конкретные условия.

Перегруженность информацией

Основной принцип эффективного плаката - лаконичность. Часто допускаются такие ошибки.

Слишком много текста (более 7 слов в заголовке).

Несколько равнозначных визуальных акцентов.

Отсутствие «воздуха» (свободного пространства).

Исправить ошибку просто, для этого достаточно оставить только ключевую информацию, использовать визуальную иерархию, увеличить межстрочные интервалы.

Низкое качество изображений

Для плакатов особенно важно:

- использовать изображения с разрешением 300 dpi (точек на дюйм);
- избегать растягивания маленьких картинок;
- проверять цветопередачу перед печатью.

Необходимо помнить, что плохое качество графики сразу бросается в глаза и портит впечатление о рекламе.

Плохая читаемость текста

Текст рекламного плаката должен быть достаточного размера (минимум 5 см высотой для уличных плакатов), контрастным по отношению к фону, набранным простым шрифтом без излишних декоративных элементов. Проверьте читаемость макета с расстояния 3-5 метров перед печатью.

Создание эффективного плаката — это искусство баланса между креативом и маркетинговыми задачами. Избегая перечисленных ошибок, вы сможете создавать качественную продукцию, которая действительно работает на продвижение.