

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**  
по организации и проведению тематических дней,  
направленных на популяризацию потребления рыбы и рыбной продукции,  
в государственных организациях

Москва  
2025

## Аннотация

Методические рекомендации по организации и проведению тематических дней, направленных на популяризацию потребления рыбы и рыбной продукции (далее – Методические рекомендации и Тематический день, соответственно), разработаны в соответствии с п. 7.5. Плана мероприятий («дорожной карты») по увеличению внутреннего потребления отечественной рыбной продукции до 2030 года, утвержденной Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации Д.Н. Патрушевым от 31 июля 2024 г. № ДП-П11-24584 (далее – Дорожная карта).

Целью настоящих Методических рекомендаций является развитие культуры потребления российской рыбы и рыбной продукции среди сотрудников государственных организаций, а также лиц, организация питания и/или предоставление услуг питания которым осуществляется государственными учреждениями.

Документ носит рекомендательный характер и включает набор мероприятий, каждое из которых может быть реализовано отдельно или в сочетании с другими. Таким образом, при проведении Тематического дня организациям предлагается руководствоваться Методическими рекомендациями непосредственно, либо в качестве навигатора, помогающего выстроить оптимальную программу Тематического дня в зависимости от возможностей и специфики деятельности организации.

## Содержание

I. Введение .....	4
II. Коммуникационные сообщения.....	5
III. Особенности подготовки и планирования Тематических дней .....	8
IV. Работа предприятий общественного питания государственных организаций в период проведения Тематических дней .....	9
V. Мероприятия в рамках Тематических дней .....	12
VI. Информационные мероприятия .....	14
VII. Привлечение экспертов и партнеров .....	15
VIII. Типовые программы Тематических дней .....	16
IX. Дополнительные источники информации.....	19

## **I. Введение**

### **Цели и задачи проведения Тематических дней**

Целью проведения Тематических дней является развитие культуры потребления российской рыбы и рыбной продукции среди сотрудников государственных организаций, а также лиц, организация питания и/или предоставление услуг питания которым осуществляется государственными учреждениями.

В рамках проведения Тематических дней решаются следующие задачи:

– Повышение осведомленности потребителей о разнообразии рыбы и рыбной продукции, добываемой и производимой в Российской Федерации.

– Формирование устойчивых ассоциаций между потреблением рыбы и рыбной продукции и здоровым образом жизни. Информирование потребителей о полезных свойствах рыбы и ее значении в рационе питания.

– Расширение знаний потребителей о способах приготовления рыбы и рыбной продукции. Стимулирование потребления рыбы, приготовленной наиболее полезными для здоровья способами.

– Популяризация принципов ответственного потребления рыбы и рыбной продукции. Информирование об экологических последствиях браконьерской добычи рыбы, загрязнения водоемов и т.д.

– Общее повышение осведомленности населения о модернизации рыбной отрасли в Российской Федерации, технологичности процессов добычи, выращивания и переработки рыбы, и, как следствие, высоком качестве российской продукции, представленной на прилавках.

### **Целевая аудитория Тематических дней**

Принимая во внимание цели и задачи проведения Тематических дней, их эффективность напрямую зависит от охвата аудитории и ее вовлеченности в проводимые мероприятия. Целевая аудитория включает, но не ограничивается следующими категориями:

1. Работники государственных учреждений (органов власти всех уровней, государственных и муниципальных учреждений, государственных и муниципальных предприятий, казенных учреждений).

2. Лица, организация питания и/или предоставление услуг питания которым осуществляется государственными учреждениями (государственных и муниципальных образовательных организаций, организаций здравоохранения и прочие).

3. Члены семей лиц, отнесенных к первым двум категориям, в случае если специфика деятельности организаций позволяет обеспечить их очное или дистанционное участие в мероприятиях Тематических дней.

## **II. Коммуникационные сообщения**

Ключевые сообщения представляют собой совокупность смысловых установок и фактической информации, направленных на формирование устойчивого интереса к рыбе и рыбной продукции российского происхождения, а также на популяризацию регулярного включения рыбы в рацион питания.

Сообщения могут быть раскрыты в рамках лекций, информационных материалов, визуального оформления, мастер-классов и иных мероприятий Тематических дней.

### **1. Рыба России — основа сбалансированного рациона питания**

Регулярное потребление рыбы является важным элементом здорового и сбалансированного рациона. Употребление рыбы 2–3 раза в неделю рассматривается как рациональная модель питания, способствующая обеспечению организма необходимыми питательными веществами.

Рыба и рыбная продукция российского происхождения представлены в широком ассортименте и могут быть включены в рацион людей различных возрастных групп с учетом индивидуальных потребностей и предпочтений.

### **2. Рыба России — вкусный, разнообразный и универсальный продукт**

Разнообразие видов рыбы, добываемой и выращиваемой в Российской Федерации, позволяет подобрать продукт для различных вкусовых предпочтений и кулинарных задач.

Разные виды рыбы отличаются вкусом и текстурой, что делает рыбную продукцию универсальной для повседневного и праздничного питания. Рыба может использоваться:

- для повседневных блюд (супы, запеканки, стейки);
- для легких закусок и фуршетов;
- для блюд особых случаев и праздничного стола.

Рыба органично сочетается с овощами, крупами, зеленью, специями и соусами, что позволяет готовить разнообразные и питательные блюда без значительных затрат времени.

### 3. Рыба — продукт, доступный для разных уровней дохода

Рыбная продукция представлена в различных ценовых категориях — от бюджетных до более дорогих позиций. Это позволяет включать рыбу в рацион независимо от уровня дохода.

Доступность рыбы обеспечивается за счет:

- широкого ассортимента местных видов рыбы;
- наличия замороженной продукции, сохраняющей пищевую ценность;
- разнообразия форм выпуска (тушка, филе, стейки, консервы);
- возможности длительного хранения замороженной рыбы.

Рациональный выбор вида рыбы и формы упаковки позволяет оптимизировать расходы без снижения качества питания.

### 4. Рыба — источник полноценного белка, витаминов и минералов

Рыба является источником легкоусвояемого полноценного белка, содержащего все незаменимые аминокислоты. Белок рыбы отличается более мягкой структурой и легче переваривается по сравнению с рядом других продуктов животного происхождения.

Кроме того, рыба содержит:

- омега-3 полиненасыщенные жирные кислоты;
- витамины D, A, B12;
- микроэлементы, включая йод, селен, фосфор и цинк.

Сочетание этих веществ делает рыбу важным компонентом рациона для поддержания нормальной работы сердечно-сосудистой, нервной и эндокринной систем.

### 5. Рыба как фактор поддержания здоровья и качества жизни

Регулярное включение рыбы в рацион рассматривается как фактор снижения риска сердечно-сосудистых заболеваний, поддержания когнитивных функций и иммунной системы.

Рыба, особенно нежирные сорта, характеризуется относительно низкой калорийностью и низким содержанием насыщенных жиров, что делает ее подходящим продуктом для диетического питания и контроля массы тела.

## 6. Рыба в рационе детей

Рыба является важным продуктом питания для детей, так как содержит питательные вещества, необходимые для роста и развития организма.

Употребление рыбы способствует:

- развитию мозга и нервной системы;
- поддержанию зрения;
- формированию костной ткани и зубов;
- укреплению иммунной системы.

При включении рыбы в детский рацион рекомендуется учитывать возраст ребенка, выбирать подходящие виды рыбы и использовать щадящие способы приготовления.

## 7. Рыба России — безопасный и контролируемый продукт

Производство и обращение рыбной продукции в Российской Федерации осуществляются в условиях государственного и ветеринарного контроля. На всех этапах — от вылова или выращивания до реализации — применяются системы контроля качества и безопасности.

Используются современные технологии хранения, транспортировки и упаковки, а также обязательные процедуры прослеживаемости продукции, что направлено на обеспечение безопасности для потребителя.

## 8. Осознанное потребление и обращение с рыбой

Для сохранения качества и пищевой ценности рыбы важно соблюдать правила выбора, хранения и размораживания рыбной продукции.

Информирование потребителей о базовых принципах обращения с рыбой способствует повышению безопасности питания и снижению пищевых потерь.

## 9. Рыба России как часть культурных и кулинарных традиций

Рыба исторически занимает значимое место в культуре и традициях России. Рыболовство и рыбные блюда являются частью региональной и национальной кухни, а также отражены в фольклоре, пословицах и традиционных праздниках.

Разнообразие региональных рыбных традиций подчеркивает культурную значимость рыбы как национального продукта и элемента продовольственной идентичности страны.

### **III. Особенности подготовки и планирования Тематических дней**

#### **Выбор даты**

При выборе даты проведения Тематических дней рекомендуется учитывать следующие факторы.

1. Поводом для проведения Тематического дня может быть профессиональный праздник или памятная дата, связанная с рыболовством, здоровым образом жизни или кулинарией.

Примеры таких дат: День рыбака (второе воскресенье июня), Всемирный день рыболовства (27 июня), Всемирный день океанов (8 июня), День здорового образа жизни (15 февраля), Всемирный день здоровья (7 апреля), День профилактики болезней сердца (17 апреля), День здорового питания (2 июня), Всемирный день сердца (29 сентября), Международный день поваров (20 октября), и др. Также можно обратить внимание на праздники, связанные с традициями тех или иных регионов.

2. Учет сезонности вылова рыбы позволит не только создать повод для проведения Тематического дня, но и обеспечить большее разнообразие продукции, представленной в рамках Тематического дня. Еще один вариант – провести Тематический день, посвященный одному виду рыбы, и сделать акцент на вариативность его приготовления (например, «день минтая» или «день лососевых»).

3. В большинстве отраслей и отдельных организаций есть свои периоды пиковых нагрузок на персонал (например, отопительный сезон – для предприятий ЖКХ и энергетики). Проведение Тематических дней в эти периоды может снизить их эффективность, поскольку не позволит обеспечить высокий уровень вовлеченности целевой аудитории.

#### **Форматы мероприятий**

Наибольшая вовлеченность целевой аудитории может быть достигнута за счет комбинации различных форматов мероприятий.

– По степени задействования целевой аудитории – интерактивные (мастер-классы, викторины, конкурсы) и пассивные информационные (лекции, рассылки, видеоуроки).

– По площадке проведения – очные и онлайн. (Для организаций, в которых работники малыми группами распределены по большому количеству производственных объектов, онлайн-мероприятия – основной механизм их вовлечения в Тематические дни.)

– Преимуществом будет создание возможности для целевой аудитории вернуться к изучению информационных материалов после

Тематического дня, например, сохранив их в общедоступном облачном хранилище или социальных сетях организации.

Очные мероприятия целесообразно запланировать в обеденный перерыв. Онлайн-мероприятия могут носить более длительный характер, сотрудникам должна быть предоставлена возможность участвовать в них в нерабочее время.

#### **IV. Работа предприятий общественного питания государственных организаций в период проведения Тематических дней**

Основной площадкой для проведения очных мероприятий в рамках Тематических дней в организации является ее столовая или помещение для приёма пищи.

Подготовка должна включать разработку тематического рыбного меню, оформление помещения и организацию пространства для проведения мероприятий, если они предусмотрены программой Тематического дня.

Организациям, в которых обеспечение общественного питания осуществляется подрядными организациями, рекомендуется включить в договор с подрядной организацией положения, описывающие объем ее в организации Тематических дней.

##### **Разработка меню**

– В каждом из разделов меню (закуски, супы, основные блюда) должно присутствовать несколько блюд из рыбы и морепродуктов на выбор. Десерты могут также отражать тематику мероприятия (например, печенье в форме рыбы).

– Для вегетарианцев, аллергиков и людей с пищевой непереносимостью необходимо предусмотреть блюда из водорослей.

– Блюда из рыбы и морепродуктов должны быть приготовлены способами, наиболее полезными для здоровья: варка, приготовление на пару, тушение, запекание, приготовление на гриле. Не рекомендуется включать в меню рыбу и морепродукты, жареные в масле, копченые, в кляре и панировке.

На выходе из столовой можно организовать опрос посетителей относительно блюд специального меню и впоследствии ввести наиболее популярные блюда в меню столовой на постоянной основе.

## **Оформление помещения**

– Помещение (или наиболее проходимые зоны) может быть декорировано предметами морской тематики: фигуры рыб и морепродуктов, ракушки, рыболовные снасти, изображение рыб и морепродуктов, рыболовецких судов, и т.п.

– При оформлении рекомендуется использовать декоративные элементы синего и белого цветов.

## **Использование национального зонтичного бренда «Русская рыба»**

В целях продвижения отечественной рыбной продукции и поддержки российских производителей при организации и проведении Тематических дней рекомендуется использовать национальный зонтичный бренд «Русская рыба».

Национальный бренд «Русская рыба» разработан как единый визуально-коммуникационный инструмент, направленный на формирование устойчивого доверия к российской рыбной продукции, повышение ее узнаваемости и популяризацию потребления рыбы и рыбной продукции отечественного производства.

## **Принципы кобрендинга с национальным брендом «Русская рыба»**

Рекомендуется применение формата совместного брендинга (кобрендинга), при котором национальный бренд «Русская рыба» используется в связке с брендом организации-участника (государственной организации, предприятия общественного питания, торговой точки или подрядной организации), при условии соблюдения требований брендбука и фирменного стиля.

Кобрендинг рекомендуется применять при:

- оформлении пространств проведения Тематических дней;
- визуальном сопровождении информационных и просветительских мероприятий;
- размещении информационных и навигационных материалов.

## **Рекомендуемые форматы использования бренда**

При подготовке и проведении Тематических дней рекомендуется использовать элементы бренда «Русская рыба» в следующих форматах:

- выделенные секции, зоны или тематические «островки», посвященные рыбной продукции отечественного производства;

- навигационные указатели, таблички, фирменные ценники и иные визуальные элементы;
- брендинг холодильного и иного торгового или раздаточного оборудования (при наличии);
- информационные материалы в зонах приема пищи и общественных пространствах, оформленные в едином визуальном стиле.

### **Использование креативов социальной рекламы**

В рамках проведения Тематических дней, а также **на постоянной основе**, рекомендуется размещать готовые креативы социальной рекламы, направленные на популяризацию потребления рыбы и информирование о ее пользе для здоровья.

### **Приоритетными местами размещения социальной рекламы являются:**

- столовые и иные места приема пищи;
- зоны ожидания и рекреационные пространства;
- входные группы и наиболее проходимые участки помещений.

Рекомендуется использование как статичных визуальных материалов (плакаты, баннеры, постеры), так и видеоконтента (экраны, телевизионные панели), при наличии соответствующей технической возможности.

### **Материалы бренда**

Все необходимые материалы для использования национального бренда «Русская рыба» доступны участникам и включают:

- брендбук «Русская рыба» (единая база фирменного стиля);
- креативы социальной рекламы о пользе рыбы  
<https://aprp.fish/socialnaya-reklama>

Использование указанных материалов рекомендуется осуществлять без внесения изменений в визуальные элементы и смысловое содержание, за исключением случаев, прямо предусмотренных брендбуком.

### **Организация пространства для проведения мероприятий**

Если помещение позволяет организовать в нем очные мероприятия Тематического дня, выделенное для проведения мероприятия место должно соответствовать следующим критериям:

- визуально выделяться;
- не находиться на проходе;
- хорошо просматриваться;

– при необходимости может быть предусмотрена установка оборудования для звукоусиления, демонстрации визуального ряда.

### **Временная торговая точка**

Дополнительно предприятием общественного питания может быть организована временная торговая точка, которая будет предлагать посетителям приобрести рыбу и рыбную продукцию на вынос.

В случае востребованности такого формата сотрудниками организации предлагается рассмотреть возможность ее постоянного размещения.

## **V. Мероприятия в рамках Тематических дней**

В данном разделе приведены примеры мероприятий в различных форматах, которые могут быть включены организациями в программу Тематического дня с учетом возможностей и специфики деятельности организации. Некоторые из них универсальны, другие – ориентированы на взрослую аудиторию (маркированы литерой «В»), или детскую и подростковую аудиторию («Д»).

### **Лекции**

*Рыба как важная часть здорового питания.* В лекции рассказывается о полезных веществах, содержащихся в рыбе (белки, омега-3 жирные кислоты, витамины А, D, В12 и микроэлементы). Особое внимание уделяется преимуществам регулярного употребления рыбы для здоровья сердца, мозга и иммунной системы.

*Как правильно выбирать рыбу? (В)* Содержит информацию об основных признаках качественной рыбы и рыбной продукции, а также индикаторах, указывающих на порчу или некачественный продукт. Рассматриваются распространенные стереотипы (в т.ч. о преимуществе охлажденной рыбы перед замороженной, или дикой – перед аквакультурной).

*Разнообразие рыбы и морепродуктов. (Д)* Яркие запоминающиеся факты о количестве видов рыбы и морепродуктов, употребляемых в пищу, среде обитания, и о том, как рыба «накапливает» свои полезные свойства. Лекция может быть дополнена видеорядом, 3D-моделями или игрушками.

*Как ловят и разводят рыбу? (Д)* Доступный рассказ об организации процесса рыболовства и рыбоводства. Как находят дикую рыбу? Как устроены рыболовные суда, и кто на них работает? Основные способы

выращивания рыбы. Роль аквакультуры в сохранении естественной популяции рыбы. Что происходит с рыбой после того, как ее выловили?

*О рыбных традициях стран мира. (Д)* Наиболее популярные виды рыбы и морепродуктов в разных странах. Традиции приготовления рыбы, в том числе присущие малым народностям.

### **Мастер-классы**

*Простые и здоровые способы приготовления рыбы.* Повар демонстрирует, как быстро и просто приготовить рыбу наиболее полезными для здоровья способами (варка, приготовление на пару, тушение, запекание, приготовление на гриле) с использованием минимального количества дополнительных ингредиентов.

*Одна рыба – три вкуса.* Повар готовит три разных блюда на основе одного и того же базового продукта (например, закуску, суп и основное блюдо, либо три горячих блюда из кухонь разных стран мира). Задача мастер-класса – показать универсальность рыбы и то, как за счет варьирования техник и дополнительных ингредиентов даже при ограниченном выборе рыбы и рыбной продукции в ближайшем магазине разнообразить свое меню.

*Правила обращения с рыбой.* Практическое занятие, посвященное вопросам хранения, разморозки и разделки рыбы в домашних условиях. Задача мастер-класса – показать участникам, как сохранить полезные свойства рыбы и ее органолептические свойства на всех этапах от покупки до приготовления.

### **Викторины и конкурсы**

*Конкурс рецептов рыбных блюд.* Участникам предлагается прислать или опубликовать в определенной организаторами группе в социальных сетях свой рецепт блюда из рыбы или морепродуктов. Победители выбираются жюри на основе заранее оговоренных критериев, общим голосованием, или по числу реакций в социальных сетях. Важно предусмотреть, чтобы все опубликованные рецепты оставались доступными для аудитории после окончания конкурса.

*Что это за рыба?* Участники должны определить вид рыбы по ее изображению. Могут быть предложены несколько вариантов ответа на выбор. Другой вариант – кроссворд или сканворд. Для проведения

викторины можно использовать экран в аудитории, раздаточные материалы или провести ее онлайн (с использованием бесплатных онлайн-сервисов или встроенных механизмов в социальных сетях).

*Рыба в истории, культуре, искусстве. (Д)* Участникам предлагаются вопросы по мотивам школьной программы по истории, МХК, литературе.

*Рыба в поделках и рисунках. (Д)* Конкурс может проводиться среди детей сотрудников, а в школах – быть интегрирован в уроки рисования и труда.

## **VI. Информационные мероприятия**

Вовлечение целевой аудитории в мероприятия Тематических дней требует информационной поддержки до, во время и по итогам Тематических дней.

### **Анонсирование Тематических дней**

Важно заблаговременно проинформировать целевую аудиторию о проведении Тематического дня и его программе. Это можно сделать посредством размещения анонса на корпоративном портале, рассылки электронных писем, рассылки сообщений во внутренних чатах в различных мессенджерах. Полезным будет создание специального раздела на корпоративном портале. Также рекомендуется задействовать социальные сети, для облегчения поиска информации о тематическом дне можно создать уникальный хэштег мероприятия. В местах с большой проходимостью сотрудников могут быть размещены печатные материалы (листовки, баннеры).

### **Информационные и справочные материалы**

Помимо анонсирующих материалов, рекомендуется уделить внимание созданию информационных и справочных материалов, которые будут раскрывать основные коммуникационные сообщения в рамках Тематических дней (раздел II).

Материалы могут иметь форму раздатки для участников мероприятий, либо быть доведены до целевой аудитории в электронной форме по аналогии с анонсом мероприятий.

### **Итоговые информационные материалы**

В целях закрепления результатов проведенного Тематического дня необходимо подготовить итоговые информационные материалы:

- сообщения и посты для рассылки по электронной почте и публикации в социальных сетях (например, сколько человек приняло участие в Тематическом дне, сколько блюд из рыбы было приготовлено, результаты проведенных конкурсов);
- фото- или видеоотчет о событии;
- обеспечить доступ целевой аудитории к материалам Тематического дня (видеозаписи лекций и мастер-классов, макетам раздаточных материалов, рецептам блюд и т.д.) после его завершения.

## **VII. Привлечение экспертов и партнеров**

Основная ценность Тематических дней для целевой аудитории заключается в получении новых знаний, навыков и опыта. В этой связи большое значение имеет привлечение к проведению Тематических дней внешних экспертов и партнеров, специализирующихся на вопросах функционирования рыбного хозяйства, здорового образа жизни, кулинарии и организации питания.

### **Участие экспертов**

Эксперты станут спикерами на мероприятиях, ведущими мастер-классов, а также смогут предоставить информационные материалы по необходимым темам.

*Врачи и представители научных организаций* могут рассказать о пользе рыбы и рыбной продукции для здоровья, объяснить, как и в каком объеме следует включать рыбу в рацион питания, а также помочь развеять некоторые ошибочные стереотипы (например, о рыбе как источнике вредных веществ, таких как ртуть).

*Повара и популяризаторы кулинарии* помогут организовать мастер-классы по выбору, хранению и разделке рыбы и морепродуктов, приготовлению рыбных блюд, а также сочетаемости рыбы с другими продуктами.

*Представители компаний рыбной отрасли* предоставят информацию о разнообразии рыбы и рыбной продукции, добываемой и производимой в

Российской Федерации, расскажут о всей цепочке от вылова рыбы до прилавка, технологичности отрасли, качестве и безопасности продукции.

### **Участие партнеров**

Основными потенциальными партнерами при проведении Тематических дней являются производители рыбной продукции, а также предприятия торговли. Они могут оказать содействие в предоставлении необходимого оборудования, информационных материалов и самой рыбной продукции для организации Тематических дней.

Вместе с тем рекомендуется избегать широкого использования брендинга организаций-партнеров. В противном случае у целевой аудитории может создаться восприятие Тематического дня как рекламного мероприятия организации-партнера, что снизит эффективность от его проведения.

## **VIII. Типовые программы Тематических дней**

Ниже приведены типовые программы подготовки и проведения Тематических дней для взрослой и детской (молодежной) аудиторий. Программы могут быть использованы непосредственно, либо скорректированы в зависимости от возможностей и специфики деятельности организации.

### **Типовая программа для взрослой аудитории**

<b>Дата, время</b>	<b>Мероприятие</b>	<b>Комментарии</b>
День X-7	Создание страницы Тематического дня, приглашение экспертов и партнеров	Рекомендуется создать на корпоративном портале или в социальных сетях раздел, посвященный Тематическому дню. Раздел наполнить информационными материалами по теме мероприятий. Заблаговременно договориться с экспертами и партнерами о форме их участия.
День X-4	Анонсирование Тематического дня	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты и корпоративного портала.
День X-3	Старт викторин, конкурсов в онлайн-	В социальных сетях размещается информация о проведении среди сотрудников

	формате	фотоконкурса на лучший рецепт рыбных блюд, приготовленных дома.
День X-1	Повторное анонсирование	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты и корпоративного портала, мессенджеров. Размещение в столовых тематического меню. Размещение в проходимых местах печатных информационных материалов.
День X-1, конец дня	Подготовка помещений к проведению Тематического дня	Обустройство помещений (столовая/ общие зоны) к проведению Тематического дня: установка оборудования, декорирование.
День X, начало дня	Финальный анонс	Размещение постера с программой Тематического дня во входной зоне, лифтовых холлах. Размещение раздаточных материалов.
День X, обеденное время	Очные мероприятия	В столовой подготовлено тематическое меню. Одновременно с приемом пищи работники могут прослушать тематическую лекцию (15-25 мин.). После лекции работники приглашаются принять участие в мастер-классе (15-25 мин.). В зависимости от графика работы можно предусмотреть повтор лекции и мастер-класса, либо организовать лекцию и мастер-класс на другие темы – для второго потока посетителей столовой.
День X+1	Информационные сообщения об итогах Тематического дня	По итогам проведенного мероприятия необходимо подготовить информационные рассылки и посты в социальных сетях. Они могут содержать: – итоговые цифры, – фото- или видеоотчет, – результаты конкурсов и викторин, – ссылку на материалы Тематического дня.

### Типовая программа для детской и молодежной аудитории

Дата, время	Мероприятие	Комментарии
-------------	-------------	-------------

День X-8	Создание страницы Тематического дня, приглашение партнеров и аниматоров	Рекомендуется создать на сайте организации или в социальных сетях раздел, посвященный Тематическому дню. Раздел наполнить информационными материалами по теме мероприятий. Заблаговременно договориться с партнерами и аниматорами о форме их участия.
День X-7	Анонсирование Тематического дня	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты, родительских чатов и объявлений от преподавательского состава.
День X-3	Повторное анонсирование	Распространение анонса, программы, ссылки на страницу Тематического дня посредством электронной почты и родительских чатов. Размещение в столовых тематического меню на день мероприятия. Размещение в проходимых местах печатных информационных материалов.
День X-1, После окончания рабочего дня	Подготовка помещений к проведению Тематического дня	Обустройство помещений (столовая/ общие зоны) к проведению Тематического дня: установка оборудования, декорирование.
День X, Утро	Финальный анонс	Размещение постера с программой Тематического дня во входной зоне, лифтовых холлах. Размещение раздаточных материалов.
День X, Обеденное время	Очные мероприятия	В столовой подготовлено тематическое меню. Одновременно с приемом пищи учащиеся и студенты могут прослушать тематическую лекцию (15-25 мин.). После лекции предлагается провести один из конкурсов. Обеспечить присутствие фотографа на мероприятии.
День X+1,	Информационные сообщения об итогах Тематического дня	По итогам проведенного мероприятия необходимо подготовить информационные рассылки и посты в социальных сетях. Они

		<p>могут содержать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– итоговые цифры,</li> <li>– фото- или видеоотчет,</li> <li>– результаты конкурсов и викторин,</li> <li>– ссылку на материалы Тематического дня.</li> </ul>
--	--	--

## **IX. Дополнительные источники информации**

В целях подготовки и содержательного наполнения мероприятий Тематических дней рекомендуется использовать следующие источники:

1. Новости и материалы с официального сайта АНО «АППП» <https://aprp.fish>
2. Проект Роспотребнадзора «Здоровое питание» (<https://здоровое-питание.рф>).
3. Пособие для родителей «Здоровое питание школьника» ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии» ([https://ion.ru/upload/medialibrary/373/xn0npocedags43serw2aejpxuxa70um7/Guide\\_Healthy\\_School\\_Eating.pdf](https://ion.ru/upload/medialibrary/373/xn0npocedags43serw2aejpxuxa70um7/Guide_Healthy_School_Eating.pdf)).
4. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации (<https://mcx.gov.ru>).
5. Федеральное агентство по рыболовству (<https://fish.gov.ru>).
6. Автономная некоммерческая организация «Российская система качества» (<https://roskachestvo.gov.ru>).