

Министерство образования и науки Хабаровского края
Краевое государственное бюджетное образовательное учреждение
«Краевой детский центр «Созвездие»



УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
КТБОУ КДЦ Созвездие
А.Е. Волостникова
Приказ № 01-09/631
от 23.12. 2019 г.

**Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа
«Реклама»
(социально-педагогическая направленность)**

Возраст обучающихся: 13-17 лет,
Продолжительность реализации
программы 4 дня

Автор-составитель программы
специалист Медиацентра
Дегтярёва Ксения Валерьевна

Место реализации:
Хабаровский край, р. п. Переяславка,
дружина «Созвездие»

г. Хабаровск, 2020 г.

Пояснительная записка

Невозможно представить современный мир без рекламы. Сегодня реклама заняла ведущие позиции и выходит на первый план как явление экономическое, информационно-коммуникативное, общекультурное. Рекламная информация представлена в сжатой и художественно-выраженной форме, эмоционально окрашена и доводит до потенциальных потребителей важные сведения.

Федеральный закон Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» говорит нам о том, что реклама — это информация, распространенная любым способом. В любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке».

Программа разработана в соответствии с законодательными документами и подзаконными актами в сфере дополнительного образования детей, такими как:

- Федеральный Закон РФ от 29.12.2012 г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации»;
- Концепция развития дополнительного образования детей (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 4 сентября 2014 г. № 1726-р);
- Постановление Правительства РФ «Об утверждении Санитарно-эпидемиологических требований к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей (СанПиН 2.4.4.3172-14);
- Приказ Министерства просвещения РФ от 09.11.2018 № 196 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Письмо от 18 ноября 2015 года № 09-3242 Министерства образования и науки Российской Федерации «Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»;
- Положение о дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе КГБОУ КДЦ Созвездие.

В рамках программы «Реклама» обучающимся предстоит разработать рекламную кампанию для мастерских (локаций) КДЦ «Созвездия».

Уровень освоения программы: одноуровневый, стартовый (ознакомительный).

Направленность программы – социально-педагогическая.

Актуальность программы связана с личностным становлением обучающихся, овладением навыков рекламной деятельности.

Педагогическая целесообразность. Программа «Реклама» позволяет сформировать профессиональную компетенцию журналиста у обучающихся при помощи теоретико-практической деятельности и мультимедийными подходами.

Новизна программы заключается в том, что она формирует мультимедийную информационную культуру. Все полученные знания и умения пригодятся учащимся в жизни реализовать творческий потенциал личности, а творческий подход к делу поможет добиться успеха в любом виде деятельности.

Адресат программы: обучающиеся в возрасте 13- 17 лет.

Условия набора: по желанию участников краевой профильной смены.

Количество обучающихся в группе: до 20 человек.

Сроки освоения и объем программы: 4 дней, 8 академических часов.

Режим занятий: 2 академических часа (с перерывом 10 минут).
Наполняемость в группах: до 20 человек.

Продолжительность и режим занятий осуществляются в соответствии с САНПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы в образовательных организациях».

Формы обучения и виды занятий по программе

Основной формой обучения является коллективная проектная деятельность, групповая, индивидуальная и парная формы работы. На занятиях предусмотрено время для знакомства с теоретическими знаниями и выполнение практических и творческих заданий.

Коллективная	Основная форма занятий – организация совместной деятельности, творческого взаимодействия между всеми детьми одновременно
Групповая (индивидуально-групповая)	Организация работы (совместных действий, общения, взаимопомощи) в малых группах, в том числе в парах, для выполнения определённых задач
Индивидуальная	Организуется для работы с детьми для отработки отдельных навыков

Цель: развитие профессиональных умений и навыков обучающихся через приобщение к рекламной деятельности.

Задачи:

предметные:

- обучать основам рекламной деятельности;
- научить создавать план рекламной кампании;
- научить проводить исследование рынка рекламы;
- обучать работе с разнотипными системами передачи информации;
- обучать работе с профессиональным оборудованием;

метапредметные:

- развить коммуникативные навыки через диалоговое практическое взаимодействие;
- развить коммуникабельность и умение налаживать профессиональные связи;
- развивать умения исследовательской деятельности

личностные:

- сформировать устойчивую мотивацию к приобретению навыков в сфере рекламы;
- стимулировать потребность в творческой деятельности;

Учебный план

№ п/п	Наименование разделов	Количество часов		
		Всего	Теория	Практика
1	Фирменный стиль в рекламе	4	1	3
2	Рекламная кампания	4	1	3
	Итого	8	2	6

Содержание программы

Тема 1: Фирменный стиль в рекламе

Теория: Логотип. Слоган. Корпоративные цвета. Корпоративные шрифты. Фирменный блок.

Практика: Разработка фирменного стиля.

Тема 2: Рекламная кампания.

Теория: Понятие «Рекламная кампания». Структура (план) рекламной кампании.

Практика: Разработка рекламной кампании для мастерской.

Планируемые результаты.

Предметные:

- обучатся основам рекламной деятельности;
- научатся создавать план рекламной кампании и элементы фирменного стиля;
- обучатся проведению анализа деятельности рекламного рынка;
- обучатся работе с различными системами передачи информации;
- обучатся работе с оборудованием, используемым при создании рекламы.

Метапредметные:

- разовьются коммуникативные навыки и умения налаживать профессиональные связи;
- исследовать и анализировать рекламный рынок, СМИ и свой полученный результат.

Личностные:

- у обучающихся сформируется устойчивая мотивация к приобретению навыков в рекламной сфере;
- появится потребность в творческой деятельности.

Контроль результатов обучения

Формы контроля

Основным способом определения результативности освоения программы являются методы психолого-педагогической диагностики: педагогическое наблюдение, беседа, анализ правильности, качество созданного информационного продукта, презентация творческого продукта в конце каждого занятия;

Критерии оценки результатов обучения:

- мотивация обучающихся к познавательной деятельности;
- мотивация обучающихся творческой и практической деятельности;
- увлеченность деятельностью;
- активность обучающихся;
- визуальная динамика развития умений и навыков;
- качество подготовленного материала для информационного продукта;
- глубина усвоения материала;

Основными формами фиксации образовательных результатов являются:

- план рекламной кампании мастерской и элементы фирменного стиля (итоговый информационный продукт);
- журналы учета посещаемости занятий (анализ реализации программ, наполняемость и сохранность контингента обучающихся на занятиях, приток новых детей в течение смены);
- отзывы обучающихся и родителей (удовлетворенность участием в программе).

Условия реализации программы

Материально-техническое обеспечение.

- мобильные телефоны;
- персональные компьютеры и ноутбуки;
- ватманы;
- перманентные маркеры;
- стикеры;
- цветные карандаши и фломастеры;

Кадровое обеспечение

- специалист Медиацентра КГБОУ КДЦ «Созвездие».

Формы аттестации и оценочные материалы

С целью проверки усвоения теоретических знаний и приобретения практических навыков в течение реализации программы осуществляется текущий контроль ее освоения. Формой оценки является начисление миль – игровых баллов в условиях реализации смены. Таким образом, по окончании каждого занятия обучающиеся будут получать 5, 10, 15, 20 миль соответственно проведенной работе. Конечный продукт будет продемонстрирован на итоговом мероприятии в ходе реализации смены.

Способы определения результативности:

- педагогическое наблюдение;

- педагогический анализ (критерии оценки: качество подготовленного материала, отсутствие ошибок (грамматических, орфографических, пунктуационных), оригинальность, творческий подход, соответствие и раскрытие темы задания);
- рефлексия обучающихся (путем анализа проделанной работы на совместном просмотре и по окончании каждого занятия).

Оценочные материалы к программе включают в себя:

1. Диагностическая карта.
2. Анкеты для обучающихся.
3. Карта оценки коллективного информационного продукта (лонгрид).
4. Журналы учета посещаемости обучающихся.
5. Анализ выполнения программы.
6. Фото- и видеоотчеты.

Готовый информационный продукт презентацию в конце каждого занятия перед.

Диагностическая карта обучающихся

ФИО	Умение работать с информационными источниками	Четкая структура и обоснованность выбора средств для реализации рекламной кампании	Качество подготовленных элементов фирменного стиля (соответствие критериям)
1.			

Бальная шкала оценивания результатов (игровые мили): 20 миль – навык сформирован, 15 миль – навык находится в стадии формирования, 10 миль – навык сформирован не полностью, удовлетворительно, 5 миль – навык не сформирован.

Уровни развития	Качественные характеристики
1. Навык сформирован (20 миль)	Выполняет творческое задание в полном объеме в соответствии со всеми этапами по собственной инициативе, аккуратно и ответственно относится к работе
2. Навык находится в стадии формирования (15 миль)	Выполняет творческое задание фрагментарно, при помощи педагога или не достаточно аккуратно.
3. Навык сформирован не полностью, удовлетворительно (10 миль)	Выполняет творческое задание только под руководством педагога, выполняет задание не в полном объеме и не достаточно аккуратно.
4. Навык не сформирован (5 миль)	Не желает выполнять творческое задание и не проявляет инициативы.

Карта оценки коллективного творческого продукта

№	Критерии	Количество баллов (до 5 баллов)
1.	Наличие единой темы	
2.	Оригинальность	
3.	Анализ рекламного рынка	
4.	Соответствие критериям элементам фирменного стиля	
5.	Качественная презентация рекламной кампании	
	Всего:	

Методическое обеспечение программы

Методическое обеспечение программы содержит описание, методов и технологий обучения, форм организации учебного занятия, алгоритмы учебных занятий, дидактическое обеспечение.

Программа реализуется с применением следующих *методов обучения*:

1. Словесные методы: рассказ, беседа, разбор, объяснение, диалог, инструктаж, консультация.

2. Методы практической работы: разработка творческих проектов, самостоятельная работа в малых группах, упражнения.

3. Исследовательские методы: работа с материалами и инструментами, техническими средствами обучения.

4. Метод проблемного обучения: эвристическая беседа, создание проблемной ситуации, выполнение проекта на основе алгоритма.

5. Проектно-конструкторский метод: планирование деятельности, моделирование ситуации, создание конструкций из различных материалов, выполнение творческих работ, разработка сценариев, художественное конструирование.

Принципы и педагогические подходы к реализации программы:

В рамках реализации программы поставлены следующие цели при организации деятельности на занятии:

- поощрение творчества в виде похвалы, что служит мотивацией более тщательно и аккуратно продолжать свою изобразительную деятельность.
- индивидуальный подход к детям (достигается путем индивидуальной смены организации деятельности при возникших затруднениях, что, в конечном счете, приведет к ситуации «успеха» у каждого обучающегося)
- включенность каждого в деятельность группы (пути к вовлеченности каждого обучающегося могут быть различными, что позволяет установить доверие между ним и педагогом)
- создание положительного настроения и доброжелательной атмосферы.

Алгоритм занятия:

1. Подготовка к занятию.
2. Теоретический блок.
 - презентация,
 - показ образца или наглядных элементов,
 - анализ полученной информации.
3. Практическая часть:
 - показ педагогом процесса работы над проектом;
 - самостоятельное выполнение детьми творческого задания;
 - анализ проделанной работы, рефлексия.

Методические рекомендации:

Обучение построено поэтапно от простого к сложному:

1. Объяснение основных приемов и действий, необходимых для выполнения задуманного, умение выделять основные и дополнительные части проекта, обдумывание действий при выполнении, подготовка необходимых материалов. На данном этапе детям предлагается образец, картинка или фото.

3. Демонстрация приемов, которые будут детям необходимы при создании проекта.

4. Анализ и оценка деятельности детей и их работ. Какие способы творческого конструирования были освоены, какие предстоит освоить.

Таким образом, плавно переходя от теоретической части к практической базе, участники программы научатся ценить произведения искусства, создавать творческие работы, переосмысливая увиденное и услышанное.

Обучение построено так, что учитываются возрастной, психологический и физический факторы обучающихся, возможность индивидуального и парного практического исполнения, помощи педагога.

Список литературы

1. Антипов, К. В. Основы рекламы / К.В. Антипов. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 326 с.
2. Бернадская Ю.С. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: Наука, 2009. - 281 с.
3. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие/ В.Н. Бузин, Т.С. Бузина - М.:Юнити-Дана, 2011.-492 с.
4. Головлева, Е. Л. Торговая марка. Теория и практика управления. Учебное пособие / Е.Л. Головлева. - М.: Аспект пресс, 2015. - 160 с.
5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства. Учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 512 с.
6. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы. Практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Дашков и К°, 2014. - 318 с.
7. Мазилкина, Е.И. Основы рекламы. Учебное пособие. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л.А. / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. - Москва: Гостехиздат, 2013. - 236 с.
8. Синяева, И.М. Основы рекламы. Учебник и практикум для СПО / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. - М.: Юрайт, 2016. - 131 с.
- 9.

Инструкция по технике безопасности.

1. На первом занятии каждый обучающийся получает первичный инструктаж по технике безопасности.
2. Воспитанник должен соблюдать правила по выполнению режима занятий.
3. Внимательно прослушать содержание и порядок выполнения работы, а также безопасные приемы ее выполнения.
4. При получении травмы или плохом самочувствии сообщить педагогу.
5. Обучающийся должен аккуратно обращаться с профессиональной техникой, соблюдая правила работы с аппаратурой.
6. В случае если что-либо произошло с техникой, обучающийся должен сообщить об этом педагогу, не предпринимая попыток исправить что-либо самостоятельно.