

Томская область
Кожевниковский район
МАОУ «Кожевниковская средняя общеобразовательная школа №1»



УТВЕРЖДАЮ

Директор

МАОУ «Кожевниковская СОШ №1»

О.А Адаменко

«30» августа 2017 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
Основы рекламного дела
возраст обучающихся 14-15 лет,
срок реализации — 1 год

Автор-составитель:
Безвинная Татьяна Александровна,
учитель русского языка и литературы.

Пояснительная записка

В современной модели образования, ориентированной на решение задач инновационного развития экономики, подчёркивается, что основой современных образовательных стандартов второго поколения становится формирование базовых компетенций современного человека: информационной, коммуникативной, технологичной. Всё это нацеливает современную школу на внедрение новых организационных форм обучения и воспитания.

Принципиальным отличием современного мира является крайне высокая степень мобильности и изменчивости знаний и потоков информации. Нынешнее молодое поколение обладает возможностями и средствами получения знаний, которые не имели предыдущие поколения. В силу своей мобильности и активной адаптации к изменяемому миру подростки способны получать объём знаний, который ранее был им недоступен. Но с практическим применением этих знаний возникают зачастую проблемы, поэтому необходимость успешной адаптации к современной жизни в новых социально-экономических условиях ещё в стенах школы педагогически оправданно и целесообразно.

В основе ФГОС от 17.12.2010 г. № 1897 лежит системно-деятельностный подход, который обеспечивает: формирование готовности к саморазвитию и непрерывному образованию; проектирование и конструирование социальной среды развития обучающихся в системе образования и активную учебно-познавательную деятельность обучающихся. Поэтому новизной данной программы элективного курса является практико-ориентированная направленность и возможность приобретения допрофессиональных знаний об определённых профессиях.

Актуальность данного курса подтверждается необходимостью приобрести знания в области рекламы. В настоящее время все предприятия и организации используют в своей деятельности рекламу. В школе по предмету экономики либо эта тема не рассматривается, либо глубоко не изучается. Школьники проявляют интерес к современной рекламе, именно поэтому существует необходимость ее изучения, в результате которого учащиеся получают теоретические знания о рекламе, необходимые и в повседневной жизни.

Цель:

- формирование и развитие экономического мышления, умения применять его в познавательной, коммуникативной, социальной практике и профессиональной ориентации.

Задачи:

- углубить знания по экономике в области рекламы как составной части маркетинга;
- сформировать у учащихся теоретические представления о рекламе и умение использовать её, используя информационно-коммуникационные технологии;
- формировать основы продуктивной компетентности – умение работать и зарабатывать, способность к созданию собственного продукта;

- развивать способности, необходимые для полноценного участия в современной жизни общества;
- развивать умение взаимодействовать с различными социальными группами.

Основные формы и методы программы поисковый и частично-поисковый. В целях закрепления теоретических знаний и приобретения необходимых умений в программе предусмотрено проведение практических занятий в форме деловой, ролевой игры, социально-психологических тренингов.

Таким образом, обучение носит практическую направленность и реализуется интерактивными методами с использованием ИКТ. В основе программы лежит элективный курс учителя Черногорской школы, разработанный Малаховой Е.Л. в 2009 году. Программа рассчитана на обучающихся 8 класса, занятия будут проводиться 1 раз в неделю.

Ожидаемые результаты.

- развитие у обучающихся способности к саморазвитию и самосовершенствованию;
- формирование личностных ценностно-смысловых ориентиров и установок, личностных, регулятивных, познавательных, коммуникативных универсальных учебных действий;
- формирование и развитие компетенции обучающихся в области использования информационно-коммуникационных технологий на уровне общего пользования, включая владение информационно-коммуникационными технологиями, поиском, построением и передачей информации, презентацией выполненных работ.

Требования к образовательному результату	Характеристика результативности	Способ оценки результата
Личностные	Сформированность навыков образовательной, социально-полезной деятельности	Мониторинг индивидуальных достижений, самоанализ
Метапредметные	Владение навыками проектной деятельности, преобразование знаний и их применение в учебно-проектных и социально-проектных ситуациях, умение самостоятельно делать выбор, ставить цели, планировать, взаимодействовать с социумом.	Творческая работа, составление логической схемы данного документа, практическая работа, полевые исследования.
Предметные	Получение новых знаний в рамках модульного курса.	Защита проекта, наблюдение

Содержание курса.

Тема 1. Основы рекламы.

Предмет и задачи курса. Общая характеристика спроса и предложения, виды спроса. Изменение состояния спроса с помощью рекламы. Формирование спроса.

История развития рекламного дела. Задачи, виды и цели рекламы. Разработка рекламы на предприятии.

Требования к знаниям и умениям.

Знать:

- историю рекламного дела.

Уметь:

- провести социологический опрос с целью выявления спроса.

Тема 2. Средства рекламы.

Печатная реклама. Реклама в прессе (газеты, журналы, ежегодники, справочники, путеводители, программы). Правила оформления рекламных текстов. Достоинства и недостатки печатной рекламы.

Радио- и электронная реклама. Средства радиорекламы: рекламный выпуск, обозрение, объявления. Телереклама: объявления, репортаж, программа, передача и др. достоинства и недостатки радио- и телерекламы.

Наружная реклама. Плакаты, афиши, панно, щиты, транспоранты, настенная реклама, реклама на транспорте, световая реклама. Краткая характеристика, достоинства и недостатки. Правила для оформления наружной рекламы.

Другие виды рекламы. Посылочная реклама: реклама магазина, выставки. Малые формы рекламы: авторучки, блокноты, календари, папки, брелки.

Требования к знаниям и умениям.

Знать:

- виды рекламы;
- алгоритмы разработки рекламы.

Уметь:

- разрабатывать рекламный продукт.

Тема 3. Правовые аспекты рекламной деятельности.

Международный кодекс рекламной практики. Основные разделы и отдельные статьи. Нормы и правила рекламы.

Федеральный закон о рекламе. Общие положения, общие и специальные требования к рекламе.

Требования к знаниям и умениям.

Знать:

- законодательство о рекламе;
- общие положения к рекламе.

Уметь:

- использовать положения и общие требования к рекламе.

Тема 4. Определение эффективности рекламы.

Эффект и эффективность рекламы. Методы определения эффективности рекламы. Экономическая эффективность рекламы: прирост товарооборота, коэффициент затрат на рекламу, срок окупаемости затрат на рекламу.

Практическое задание: решение задач на определение экономической эффективности рекламы.

Требования к знаниям и умениям.

Знать:

- методы определения эффективности рекламы.

Уметь:

- решать задачи на определение экономической эффективности рекламы.

Тематический план.

№ п/п	Тема	Количество часов			Формы проведения
		всего	теория	практика	
Основы рекламы. (2 часа)					
1	История развития рекламного дела. Задачи, виды и цели рекламы. Разработка рекламы на предприятии.	1	0,5	0,5	Разработка рекламной листовки
2	Общая характеристика спроса и предложения, виды спроса. Изменение состояния спроса с помощью рекламы. Формирование спроса.	1	0,5	0,5	Студийное занятие.
Средства рекламы (11 часов)					
3	Печатная реклама	3	0,5	2,5	Составление рекламной листовки
4	Радио- и экранная реклама	3	0,5	2,5	Разработка проекта для рекламного ролика и съёмки его
5	Наружная реклама	3	0,5	2,5	Разработка проекта наружной рекламы
6	Другие виды рекламы	2	0,5	1,5	Деловая игра
Правовые аспекты рекламной деятельности (2 часа)					
7	Международный Кодекс рекламной практики	1	0,5	0,5	Исследование
8	Федеральный «Закон о рекламе»	1	0,5	0,5	Мини-дискуссия
Определение эффективности рекламы (1,5 часа)					
9	Эффективность рекламы	1	0,5	0,5	Студийное занятие
10	Итоговое занятие. Рекламная	1	0,5	0,5	Ролевая игра

фирма				
Итого	17	4,5	12,5	

Литература.

1. В.Д.Симоненко, Т.А.Степченко. Основы потребительской культуры. Методическое пособие. Вита-Пресс, 2004
2. И.Липсиц. Экономика, Кн 1,2 Вита-Пресс, 1998.
3. Басовский Л.Е. Маркетинг. - М. Просвещение, 2000.,
4. Картер Г. Эффективная реклама. М. Просвещение,1998.
5. Уткин Э.А. Рекламное дело. М. Новое время,2000.
6. Периодическая печать (газеты, рекламные каталоги. рекламные журналы).