



Реклама



Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение

Стерлитамакский многопрофильный профессиональный колледж

СОГЛАСОВАНО

Руководитель
организации заказчика

Павел Николаевич Буркин
(подпись) (Инициалы, фамилия)
« 30 » Октября 2021 г.

БУРКИН ПАВЕЛ НИКОЛАЕВИЧ

PAVEL.BURKIN@SPBONOS.COM

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИАПОУ СМПК

А.Н. Усевич

« 07 » Октября 2021 г.



Дополнительная общеобразовательная

общеразвивающая программа

“Юный рекламист”

Стерлитамак, 2021 год

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. **Цель:** формирование у учащихся знаний в области применения рекламной деятельности.

Задачи:

- формировать у учащихся знания в экономической сфере;
- развивать познавательную активность учащихся в процессе социальной адаптации к существующему рынку труда и созданию юного сообщества профессионалов в области рекламы;
- воспитывать интерес к будущей профессии «Агент рекламный».

1.2. Планируемые результаты обучения:

В результате освоения программы учащиеся должны **уметь**:

- Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- Проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- Анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- Принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.

В результате освоения программы учащиеся должны **знать**:

- Задачи, цели и общие требования к рекламе;
- Основные направления рекламной деятельности;
- Виды рекламной деятельности;
- Структуру рекламного рынка;
- Тенденции развития современного искусства;

1.3. Процесс освоения программы направлен на совершенствование навыков работы рекламного агента, после прохождения курса обучаемые должны иметь ориентацию на обеспечение интересов заказчиков при осуществлении деятельности рекламного агента, с соблюдением законов размещения рекламы, и составления рекламной кампании.

1.4. Актуальность и новизна данной программы обусловлена тем, что при ее реализации используются новейшие технические и специальные средства, применяемые как в рекламной деятельности, так и в других учреждениях, действующих в схожих направлениях, что позволяет более эффективно закреплять приобретенные знания и получать новые образовательные эффекты.

1.5. Отличительные особенности программы

Данная программа отличается от уже существующих программ тем, что она направлена на формирование практических навыков и умений учащихся, а также их применение в будущем при осуществлении профессиональной деятельности с применением современных технических средств.

1.6. Категория обучающихся – учащиеся 9 - 11 классов.

1.7. Продолжительность обучения – 18 часов.

1.8. Форма и технология обучения – очная.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

№ пп	Наименование разделов и дисциплин (модулей)	Грубоемкость, час	Всего ауд. часов	в том числе		Дистанционные занятия, час	Самост. работа, час	Форма контроля
				лекции	практ. занятия			
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
1.	Раздел 1. Основы рекламной деятельности	18	18	5	8	-	5	Демонстрация полученных умений и навыков
	ИТОГО	18	18	5	8	-	5	

2.2. Примерный календарный учебный график

2.2. Примерный календарный учебный график

Период обучения (дни, недели) ¹⁾	Наименование раздела
1 день	Наименование темы
¹⁾ Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение	

2.3. Рабочие программы разделов

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Форма контроля и (или) реализации
Раздел 1. Основы рекламной деятельности			
Тема 1.1. Реклама и ее виды	Содержание материала Что такое реклама и ее связь с общественностью. История рекламы. Виды рекламы (телевизионная, реклама в прессе, интернет – реклама, наружная, реклама на транспорте, прямая почтовая реклама, реклама в месте продажи товара)	1	Практическое выполнение работы.
	Практические занятия Решение ситуативных задач с размещением рекламы.	1	
	Самостоятельная работа Найти аналоги видов рекламы	1	
	Содержание материала Что учитывать при выборе вида рекламы. Рекламная кампания. Целевая аудитория. Психологические особенности целевой возрастной аудитории. Бюджет рекламной кампании. Цели рекламной кампании.	1	
Тема 1.2. Рекламная кампания	Практические занятия Определить целевую аудиторию для каждого вида рекламы. Определить возможный бюджет для рекламы каждого вида рекламы.	2	Практическое выполнение работы.
	Самостоятельная работа Найти рекламу для своей возрастной категории.	1	
	Содержание материала Что такое «бриф» и «дебриф» для чего они нужен?	1	

Составление брифа/дебрифа	Работа с заказчиком. Структура брифа и дебрифа.		Практическое выполнение работы.
	Практические занятия	2	
	1.Составление брифа на рекламную кампанию.		Практическое выполнение работы.
	2.Составление дебрифа на рекламную кампанию.		
	Самостоятельная работа	1	
Тема 1.4. Психологическое воздействия цвета и шрифта в рекламе	Найти примеры брифа и дебрифа для разных кампаний.		
	Содержание материала	1	Практическое выполнение работы.
	Цвет в разных видах рекламы.		
	Как воздействует цвет на психику человека.		
	Цвет в логотипе компаний.		
Тема 1.5. Продвижение рекламы в интернет среде	Шрифт как основа подачи информации. Его визуальные составляющие.		Практическое выполнение работы.
	Практические занятия	1	
	1.Составить таблицу шрифтов, часто используемых в рекламе.		
	2.Разработать логотип компании на основе ранее изученных материалов.		
	Самостоятельная работа	1	
	Найти аналоги разных логотипов компаний разных по цвету.		
	Содержание материала	1	Практическое выполнение работы.
	Современные способы продвижения рекламы в интернет среде.		
	Социальные сети instagram, Tiktok, youtube.		
	Практические занятия	2	
	Командное выполнение ролика для социальных сетей, на основе ранее изученных материалов.		Практическое выполнение работы.
	Самостоятельная работа	1	
	Найти материалы для выполнения командного ролика		
	Всего:	18	

2.4. Формы контроля и оценочные материалы (оформляется при наличии).
Итоговый контроль осуществляется руководителем курсов в виде демонстрационного экзамена, который предусматривает моделирование реальных производственных условий для демонстрации умений и навыков.

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ.

3.1. Для реализации данной программы необходимо следующее
Оборудование:

- Комплект мебели для преподавателя,
- Комплект ученической мебели для студентов на 12 человек,
- Магнитно-маркерная доска,
- Лицензионное базовое программное обеспечение,
- Лицензионное специальное программное обеспечение.

Технические средства обучения:

- Монитор 21 дюйма,
- Системный блок,
- Компьютерная мышь,
- Клавиатура,
- Мультимедийный проектор SMART V10,
- МФУ,
- Акустическая система.

3.2. Методическое обеспечение учебного процесса

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алиева.В. Контекстная реклама / Басов А., Вирин Ф., Главацкий Д. - СПб. [и др.]: Питер, 2017. - 255 с.
2. Беляева С. Е. Основы изобразительного искусства и художественного проектирования: учебник / С. Е. Беляева. - М.: Академия, 2017. - 224 с.
3. Буймистру Т.А. Колористика: цвет – ключ к красоте и гармонии / Т.А. Буймистру – М.: Ниола-Пресс, 2016. - 236 с.
4. Елина Е. А. Семиотика рекламы : учеб. пособие для вузов - М. : Дашков и К, 2016. - 136 с.
5. Катернюк А. В. Практическая реклама : учеб. пособие для вузов - Ростов н/Д : Феникс, 2017. - 429 с. - (Высшее образование)
6. Матюшин М.В. Справочник по цвету : закономерность изменяемости цветовых сочетаний / М.В. Матюшин - М. : Издатель Д. Аронов, 2017.– 72 с.
7. Хембри Р. Самый полный справочник. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы/Р.Хембри – М.: АСТ и др., 2017. – 192 с.
8. Чепурова О.Б. Изобразительный товарный знак на основе природной формы : методические указания к курсовому проекту № 5 / О.Б. Чепурова – Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2017. – 52 с.

ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСЫ:

1. Электронно-библиотечная система <http://znanium.com/>
2. Министерство образования и науки РФ www.edu.ed.gov.ru
3. Российский образовательный правовой портал www.law.edu.ru
4. Российский портал открытого образования www.openet.ru
5. Информационный образовательный портал «Гуманитарные науки» www.auditorium.ru
6. Российский образовательный портал www.school.ru
7. Бесплатная система дистанционного обучения и тестирования www.webtutor.ru
8. Репетитор www.repetitor.ru
9. Издательский дом «Первое сентября» www.1september.ru
10. Рефераты www.4student.ru
11. Официальный сайт <https://worldskills.ru>

3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса Требования к квалификации педагогических кадров: кадровое обеспечение программы осуществляется преподавательский состав из числа преподавателей, прошедших обучение и имеющих подтверждающий документ.

Составители программы:
Преподаватель Петрова В.Ю.