

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Стерлитамакский многопрофильный профессиональный колледж  
(ГАПОУ СМПК)



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
«Юный рекламист»**

**очная 7-дневная каникулярная профориентационная школа  
с дневным пребыванием обучающихся**

**Направленность программы:**  
художественная

**Приоритетное направление:**  
реклама

**Возраст обучающихся:** 5-10 классы

**Форма обучения:** очная

**Разработчики программы:**  
Хаертдинов Р.Р. преподаватель  
высшей категории

г. Стерлитамак, 2022 г.

# 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

## 1.1. Направленность и приоритетное направление

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа дополнительного образования детей «Юный рекламист» направлена на раннюю профориентацию и самоопределение обучающихся по компетенции Реклама в рамках каникулярной профориентационной школы коммуникативной направленности приоритетного направления «Цифровой маркетинг»

## 1.2. Актуальность Программы

Сфера Рекламы развивается стремительно быстро. Чтобы соответствовать новым стандартам, необходимо постоянно актуализировать знания и умения в сфере цифрового маркетинга. Сфера рекламы очень динамична, ежемесячно происходят изменения во всех её направлениях. Реклама входит в топ самых востребованных профессий. В связи с высокими темпами продвижения товаров и услуг в интернете продолжается рост спроса на интернет-маркетологов, SMM-менеджеров, бренд-менеджеров. Это наиболее востребованные позиции на рынке труда в сфере маркетинговых коммуникаций.

Программа направлена на получение новых знаний и умений по основам Рекламы.

## 1.3. Цель и задачи Программы

Цель данной программы - познакомить с профессией «Реклама», с основными видами рекламы, научить взаимодействовать с заказчиком, определять целевую аудиторию, создавать визуал в рекламе, осуществлять базовые настройки рекламной кампании.

## 1.4. Категории обучающихся

Программа ориентирована на подростков 12-16 лет, в том числе детей, проявивших выдающиеся способности, с низкими образовательными результатами, находящихся в трудной жизненной ситуации, с ограниченными возможностями здоровья.

## 1.5. Формы и режим занятий

очные 7-дневные каникулярная профориентационная школа с дневным пребыванием обучающихся.

## 1.6. Срок реализации Программы

Трудоемкость обучения по данной программе: 16 академических часов.

## 1.7. Планируемые результаты освоения программы

Освоение содержания Программы обеспечивает достижение обучающимися следующих результатов:

### ***Личностные:***

- сформированность навыков самоконтроля и самооценки результатов деятельности;
- положительное отношение к окружающему миру;
- интерес к познанию, к овладению новыми способами познания;
- умения и навыки самостоятельной деятельности, осознание личной ответственности за её результат.

### ***Метапредметные:***

- умение принимать и сохранять цели и задачи деятельности, искать и находить средства их достижения;
- владение навыками планирования, контроля и оценки действия в соответствии с поставленной задачей и условиями её реализации;
- восприятие и понимание причины успеха/неуспеха в деятельности и способности конструктивно действовать даже в ситуациях неуспеха;

- владение логическими действиями сравнения, анализа, синтеза, обобщения, классификации;
- участие в работе в паре, в группе, использование речевых средств;
- умение договариваться о распределении функций и ролей в совместной деятельности;

**Предметные:**

- знание требований охраны труда, пожарной безопасности и производственной санитарии.
- выявление целевой аудитории и требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
- сравнение рыночных цен и цен конкурентов на товары (услуги)
- разработка брифа
- поиск оригинальных инсайтов и УТП для усиления воздействия на ЦА
- разработка мудборда
- разработка рекламных текстов
- разработка рекламной графики и инфографики
- составление текста информационных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
- определение ключевых целей и задач рекламной кампании

**Ожидаемый результат:** ребята научатся создавать рекламные сообщения в интернет-среде.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный (тематический) план

№	Наименование раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации (контроля)
		всего	теория	практика	
<b>1.</b>	<b>Модуль 1. Современные профессиональные технологии</b>	<b>4,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2</b>	<b>опрос</b>
1.1	Ознакомление с движением Ворлдскиллс Россия. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Реклама»	0,5	0,5	-	-
1.2	Экскурсия в рекламное агентство «Диалог»	4	2	2	-
<b>2.</b>	<b>Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	-	-
2.1	Требования охраны труда и техники безопасности	0,5	0,5	-	-
<b>3</b>	<b>Модуль 3. Коммуникация с заказчиком</b>	<b>2,5</b>	<b>1</b>	<b>1,5</b>	<b>проект</b>
3.1	Основы рекламы	0,5	0,5		
3.2	Понятия ЦА, бриф, конкуренция	0,5	0,5		
3.3	Создание брифа	0,5		0,5	
3.4	Поиск ЦА	0,5		0,5	
3.5	Анализ конкурентов	0,5		0,5	

<b>4</b>	<b>Модуль 4. Разработка ключевых элементов рекламной кампании</b>	<b>2,5</b>	<b>0,5</b>	<b>2</b>	<b>проект</b>
4.1	Основные понятия РК	0,5	0,5		
4.2	Поиск идеи РК	0,5		0,5	
4.3	Определение инсайта/УТП/оффера	0,5		0,5	
4.4	Создание нейма, слогана	0,5		0,5	
4.5	Создание логотипа, мудборда	0,5		0,5	
<b>5</b>	<b>Модуль 5. SMM-продвижение</b>	<b>2</b>	<b>0,5</b>	<b>1,5</b>	<b>проект</b>
5.1	SMM и Таргет	0,5	0,5		
5.2	Подготовка рекламного сообщения для публикации в социальных медиа			0,5	
5.3	Публикация статьи в социальных медиа			0,5	
5.4	Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа			0,5	
<b>6</b>	<b>Квиз</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	
<b>7</b>	<b>Игра</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	

### 2.3. Содержание учебного (тематического) плана

Наименование модулей, разделов (дисциплин) и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лекций и практических работ	Объём часов
<b>Модуль 1. Современные профессиональные технологии</b>		<b>4,5</b>
История, современное состояние и перспективы движения Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы»)	История, современное состояние и перспективы движения Ворлдскиллс Россия («Молодые профессионалы») как инструмента развития профессиональных сообществ и систем подготовки кадров. Спецификация стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Видеопроизводство».	0,5
	Экскурсия в рекламное агентство «Диалог»	4
<b>Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности</b>		<b>0,5</b>
Тема 2.1 Требования охраны труда и техники безопасности	<b>Лекция:</b> Требования охраны труда и техники безопасности по компетенции «Видеопроизводство».	0,5
<b>Модуль 3. Коммуникация с заказчиком</b>		<b>2,5</b>
Тема 3.1 Основы рекламы	<b>Лекция:</b> Что учитывать при выборе вида рекламы. Рекламная кампания.	0,5
Тема 3.2 Понятия ЦА, бриф, конкуренция	<b>Лекция:</b> Целевая аудитория. Психологические особенности целевой возрастной аудитории. Бюджет рекламной кампании. Цели рекламной кампании. Что такое «бриф» и «дебриф» для чего они нужен? Работа с заказчиком. Структура брифа и дебрифа.	0,5
Тема 3.3 Создание брифа	<b>Практическое занятие:</b> Составление брифа на рекламную кампанию. Составление дебрифа на рекламную кампанию .	0,5
Тема 3.4 Поиск ЦА	<b>Практическое занятие:</b> Определить целевую аудиторию для каждого вида рекламы.	0,5
Тема 3.5 Анализ конкурентов	<b>Практическое занятие:</b> Определить возможный бюджет для рекламы каждого вида рекламы	0,5
<b>Модуль 4. Разработка ключевых элементов рекламной кампании</b>		<b>2,5</b>
Тема 4.1 Основные понятия РК	<b>Лекция:</b> Цвет в разных видах рекламы. Как воздействует цвет на психику человека. Цвет в логотипе компаний. Шрифт как основа подачи информации. Его визуальные составляющие.	0,5
Тема 4.2 Поиск идеи РК	<b>Практическое занятие:</b> Выполнение набросков и идей для РК.	0,5
Тема 4.3 Определение инсайта	<b>Практическое занятие:</b> Определение и выбор наилучшего варианта для РК.	0,5

/УТП/оффера		
Тема 4.4 Создание нейма, слогана	<b>Практическое занятие:</b> Разработать слоган компании на основе ранее изученных материалов.	0,5
Тема 4.5 Создание логотипа, мудборда	<b>Практическое занятие:</b> Разработать логотип компании на основе ранее изученных материалов.	0,5
<b>Модуль 5. SMM-продвижение</b>		<b>2</b>
Тема 5.1 SMM и Таргет	<b>Лекция:</b> Современные способы продвижения рекламы в интернет среде. Социальные сети ВК, ОК, Rutube.	0,5
Тема 5.2 Подготовка рекламного сообщения для публикации в социальных медиа	<b>Практическое занятие:</b> Командное выполнение ролика для социальных сетей, на основе ранее изученных материалов.	0,5
Тема 5.3 Публикация статьи в социальных медиа	<b>Практическое занятие:</b> Командное выполнение ролика для социальных сетей, на основе ранее изученных материалов.	0,5
Тема 5.4 Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа	<b>Практическое занятие:</b> Командное выполнение ролика для социальных сетей, на основе ранее изученных материалов.	0,5
<b>Квиз</b>	Мероприятие	<b>2</b>
<b>Игра</b>	Мероприятие	<b>2</b>

### 3. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Промежуточный контроль по программе предназначен для оценки освоения слушателем модулей программы. По результатам любого из видов промежуточных испытаний, выставляются отметки по двухбалльной системе («удовлетворительно» («зачтено»), «неудовлетворительно» («не зачтено»)).

### 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

#### 4.1. Материально-технические условия реализации Программы

Наименование помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Мастерская Реклама	Лекции	– Компьютеры – проектор – интерактивная доска – Магнитно-маркерная доска, – Акустическая система – программное обеспечение: графические редакторы, текстовые редакторы, браузер
Мастерская Реклама	практические занятия	– Компьютеры – проектор – интерактивная доска – Акустическая система программное обеспечение: графические редакторы, текстовые редакторы, браузер

#### 4.2. Учебно-методическое обеспечение программы

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;
- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- учебные пособия, изданных по отдельным разделам программы;
- профильная литература;
- отраслевые и другие нормативные документы;
- электронные ресурсы и т.д.
- официальный сайт оператора международного некоммерческого движения WorldSkills International - Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» (электронный ресурс) режим доступа: <https://worldskills.ru>;
- единая система актуальных требований Ворлдскиллс (электронный ресурс) режим доступа: <https://esat.worldskills.ru>.

#### 4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с инвалидностью и ОВЗ

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния их здоровья.

В колледже созданы специальные условия для получения образования, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья:

– создание специальных социально-бытовых условий, обеспечивающих возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (пандусы с входными группами, перекатные пандусы, поручни) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата;

– использование в образовательном процессе специальных методов обучения и воспитания (организация отдельного учебного места вблизи размещения демонстрационного оборудования, дублирование основного содержания учебно-методического обеспечения в адаптированных раздаточных материалах, обеспечение облегченной практической деятельности на учебных занятиях, предупреждение признаков переутомления с помощью динамических пауз, соблюдение рационального акустического режима и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации, замедленный темп индивидуального обучения, многократное повторение, опора на сохранные анализаторы, функции и системы организма, опора на положительные личностные качества);

– обеспечение преподавателем-предметником организации технической помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья

## 5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### Основные источники:

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.

### Дополнительные источники:

1. Елина Е. А. Семиотика рекламы : учеб. пособие для вузов - М. : Дашков и К, 2016. - 136 с.
2. Катернюк А. В. Практическая реклама : учеб. пособие для вузов - Ростов н/Д : Феникс, 2017. - 429 с. - (Высшее образование)
3. Матюшин М.В. Справочник по цвету : закономерность изменчивости цветовых сочетаний / М.В. Матюшин - М. : Издатель Д. Аронов, 2017.– 72 с.
4. Хембри Р. Самый полный справочник. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы/Р.Хембри – М.: АСТ и др., 2017. – 192 с.
5. 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.



## ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1

### Календарный учебный график (порядок освоения модулей)

Период обучения	Наименование модуля
1 день (1 час)	Модуль 1. Ознакомление с Ворлдскиллс Россия. Стандарты Ворлдскиллс и спецификация стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Видеопроизводство». Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности
2 день (2,5 часа)	Модуль 3. Коммуникация с заказчиком
3 день (2,5 часа)	Модуль 4. Разработка ключевых элементов рекламной кампании
4 день (2 часа)	Модуль 4. SMM-продвижение
5 день (4 часа)	Экскурсия на городской телеканал UTV
6 день (2 часа)	Квиз
7 день (2 часа)	Игра