

Аттестационная работа

Слушателя курсов повышения квалификации по программе:

«Проектная и исследовательская деятельность как способ формирования метапредметных результатов обучения в условиях реализации ФГОС»

**Шумаковой Вероники Георгиевны,
учителя русского языка и литературы МОАУ СОШ № 1
г. Зеи, Амурской области**

**На тему: Рабочая программа элективного курса «
Рекламная деятельность.»**

Краткая характеристика образовательного учреждения, где работает автор

Школа имеет свои традиции. Качество знаний выше среднего. Особые успехи по обществознанию, русскому языку, истории. Самая спортивная школа города (всегда призовые места).

НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ ПРОГРАММЫ:

• Настоящая программа составлена на основе учебника Васильева Г. А. «Основы рекламной деятельности». М., 2004. Обучение основам рекламного дела становится все более актуальным в современных рыночных отношениях, эти знания необходимы как рекламодателю, так и потребителю. Курс состоит из 8 занятий, освещающих основные проблемы рекламного дела. Он опирается на основной документ: Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»
Формы работы – индивидуальная и групповая.

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОГРАММЫ

• В данном элективном курсе раскрыта последовательность и содержание деятельности маркетолога, ее цели и виды, стратегия поведения на рынках сбыта фирм – производителей, выбор ими соответствующей требованиям рынка товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политики. В работе рассмотрено влияние рекламы на психику человека – потребителя и на мотивацию его поступков, различные виды рекламы, их плюсы и минусы, а так же рекламные компании, проводимые фирмами – производителями.

Цель программы:

.Цели курса:

Формирование у учащихся собственного обоснованного мнения по первоначальному осознанному выбору социальной сферы (рекламного дела).

Основные задачи:

- способствовать формированию и развитию у девятиклассников способности к первичному осознанному самоопределению (выбору профиля, профильной сферы); ознакомить с основными понятиями, принципами, перспективами рекламного дела, содержанием, характером деятельности специалистов рекламного бизнеса;- сформировать у учащихся начальное представление о продукте, особенностях труда, требованиях предъявляемых к различным специалистам сферы рекламы, а также об уровне востребованности на рынке труда данной категории работников, организовать активные первичные профессиональные пробы оптантов в социальной сфере (рекламном деле) через использование имитационной игры «Реклама и маркетинг», практических занятий в малых группах.

Формы организации учебной деятельности

Работа с документами, высказываниями, материалами СМИ, эвристическая беседа, дидактические игры, составление таблиц и схем, беседа с использованием практических заданий, решение проблемных ситуаций, деловая игра, сюжетно-ролевая игра.

Формы контроля:

Реализация курса предусматривает использование следующих форм работы с учащимися:

- беседа;
- демонстрация (компьютерная презентация);
- имитационная игра;

Требования к уровню подготовки обучающихся:

В результате выполнения данной программы учащиеся должны знать сущность и содержание следующих понятий:

- реклама;
- виды рекламы;
- функции рекламы;
- фирменный стиль;
- товарный знак;
- логотип;
- слоган;

основные направления распространения рекламы;рекламная кампания.

На основе полученных знаний учащиеся должны уметь:

- создавать рекламные обращения, логотипы, слоганы;
- разрабатывать план рекламной кампании.

Для реализации содержания обучения по данной программе все теоретические положения дополняются и закрепляются практическими заданиями, чтобы учащиеся в конкретных жизненных ситуациях могли использовать знание основ рекламного дела либо как потребители, либо как

Ожидаемые результаты.

После изучения данного курса учащиеся должны:

иметь представление о том, что такое реклама;

знать, в каких видах существуют реклама, и в чем их положительные и отрицательные стороны каждого вида;

осознавать, что применение рекламы обосновывается особенностями психики человека;

знать, что существует стратегия применения рекламы;

знать, что такое рекламное агентство, и в чем заключаются его функции.



Спасибо за внимание!!!!