

МАУ «Центр производственно-технического обеспечения
муниципальных учреждений города»

«Принято»

Педагогическим советом

протокол от _____ 2016г. №__

Введено приказом от _____ 2016г.

№__

Директор МАУ «ЦПТО МУГ»

_____ Р.Х. Хафизов

Подпись

Ф.И.О.

Рабочая программа элективного курса
профессиональной направленности «Рекламный агент»
для профессиональной подготовки учащихся 10-11 классов
общеобразовательных учреждений
(1 час в неделю, всего 69 часов)

Составитель: Краснова Ирина Григорьевна (Рекламный агент, высшая квали-
фикационная категория)

«Согласовано»

Заместитель директора _____ С.И. Хисамова от _____ 2016г.

Подпись

«Рассмотрено»

на заседании МО, протокол от _____ 2016г. №__

Руководитель МО _____ И.Г. Краснова от _____ 2016г.

Подпись

Набережные Челны
2016

Разработчик - Краснова Ирина Григорьевна, преподаватель высшей квалификационной категории.

Рецензент - Шатунова Ольга Васильевна, заведующая кафедрой общей инженерной подготовки Елабужского института Казанского Федерального университета, кандидат педагогических наук, доцент.

Рецензент - Хисамова Светлана Ивановна, заместитель директора МАУ «Центр производственно-технического обеспечения муниципальных учреждений города».

Аннотация

Рабочая программа элективного курса «Рекламный агент» разработана на основании Закона РФ «Об Образовании» от 29.12.2012 №273-ФЗ; Образовательной программы профессиональной подготовки по профессии 031601.01 «Рекламный агент»; Устава МАУ «Центр производственно-технического обеспечения муниципальных учреждений города»; Положения об оказании образовательных услуг в МАУ «Центр производственно-технического обеспечения муниципальных учреждений города». Программа составлена в соответствии с требованиями Учебного плана МАУО «МУК № 72» г. Набережные Челны.

Рекомендуемое количество часов: 69 часов

Учебно-методическое обеспечение:

1. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность. Учебник – М., 2011.
2. Пономарева А. М. Рекламная деятельность. Организация и планирование – Ростов н/Д.: издательский центр «МарТ», 2011.
3. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Л.В.Придорожная.- М.: Издательство «Омега-Л», 2011.
4. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы. Учебное пособие М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2011.
5. Малкова Ю.В. Конструирование рекламных сюжетов М.: ООО издательство «Сова», 2011.
6. Ежова Н.Н. «Настольная книга психолога-практика», Ростов - на – Дону «Феникс», 2011 г.

Основные цели курса: дать учащимся представление о профессиях в рекламной деятельности, познакомить с видами рекламной деятельности, социально-психологическими основами рекламы, проблемами рекламоведения в современном обществе; оказать содействие в профессиональном самоопределении.

Планируемые результаты:

уметь - применять рекламные знания в практической деятельности; самостоятельно работать с рекламной литературой; осуществлять познавательную-исследовательскую деятельность; осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; проводить основные мероприятия связей с общественностью; применять средства связи.

знать - виды рекламной деятельности; виды рекламных средств и средств распространения рекламы; требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; социально-психологические основы рекламы; факторы и методы воздействия рекламы на человека; информационные материалы связей с общественностью, их виды.

Формы контроля: лекции, практикумы, практические занятия, тренинги, упражнения, дискуссии, зачёты, экскурсии.

Структура рабочей программы:

1. Пояснительная записка
2. Общая характеристика элективного курса
3. Личностные, метапредметные и предметные результаты
4. Учебный план
5. Содержание программы элективного курса
6. Учебно-методические материалы и материально-техническое обеспечение
7. Планируемые результаты освоения элективного курса
8. Литература

Содержание

	стр.
1. Паспорт рабочей образовательной программы профессиональной подготовки	4
2. Пояснительная записка	5
3. Общая характеристика учебного курса	5
4. Личностные, метапредметные и предметные результаты	7
5. Учебный план	10
5.1.1. Тематический план и программа учебного предмета «Охрана труда»	10
5.1.2. Тематический план и программа учебного предмета «Психология общения»	11
5.1.2. Тематический план и программа учебного предмета «Рекламная деятельность»	11
6. Учебно-методические материалы и материально-техническое обеспечение	13
7. Планируемые результаты освоения рабочей программы	13
8. Система оценки результатов освоения рабочей программы	16
9. Критерии и нормы оценки	16
10. График проведения проверочных работ	18
11. Литература	18

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

1.1. Общие положения

Нормативно-правовые основы разработки программы

Программа профессиональной подготовки по профессии 031601.01 «Рекламный агент» разработана на основе:

- Закона РФ «Об Образовании» от 29.12.2012 №273-ФЗ;
- Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) по профессии начального профессионального образования (далее НПО) 031601.01 «Рекламный агент»;
- Приказа Министерства образования и науки РФ от 18 апреля 2013 г. № 292 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения»;
- Приказа Министерства образования и науки РФ от 2 июля 2013 г. N 513 "Об утверждении перечня профессий рабочих и должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение";
- Общероссийского классификатора профессий рабочих, служащих, ОК 016-94, 01.11.2005 г.;
- Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих (ЕТКС), 2014;
- Устава МАУ «Центр производственно-технического обеспечения муниципальных учреждений города»;
- Положения об оказании образовательных услуг в МАУ «Центр производственно-технического обеспечения муниципальных учреждений города».

Программа реализуется в структурном подразделении МАУ «ЦПО МУГ».

2. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к рабочей программе для подготовки в МАУ «ЦПТО МУГ» рекламных агентов с получением начального профессионального образования по профессии «Рекламный агент».

Квалификация: рекламный агент. Код профессии 031601.01. Формы обучения – очная. Срок обучения – 2 года.

Программа представляет собой комплекс нормативно-методической документации, регламентирующей содержание, организацию и оценку результатов подготовки.

Прошедший подготовку и итоговую аттестацию должен быть готов к профессиональной деятельности в качестве рекламного агента в организациях (на предприятиях) различной отраслевой направленности независимо от их организационно-правовых форм.

Цель программы: дать учащимся представление о профессиях в рекламной деятельности, познакомить с видами рекламной деятельности, социально-психологическими основами рекламы, проблемами рекламоведения в современном обществе; оказать содействие в профессиональном самоопределении, вырабатывать способность самостоятельно ориентироваться в быстро изменяющемся мире, находить в нем место.

Задачи:

- сформировать представление о необходимости и важности рекламы, как средства выражения креативного мышления и новаторства в современном маркетинге;
- раскрыть специфику труда рекламного агента;
- помочь учащимся выявить их интересы и склонности к рекламной деятельности;
- пробудить интерес к рекламным профессиям, расширив представление о них;
- формировать у учащихся ключевые компетентности: коммуникативную, информационно-технологическую, социально-правовую;
- формировать у учащихся психологическую и интеллектуальную готовность к профессиональному и личностному самоопределению.

Программа обеспечивает преемственность перехода учащихся от общетехнологического к профессиональному образованию, трудовой деятельности, непрерывному самообразованию.

2.1. Требования к поступающим

На обучение по профессии 031601.01 «Рекламный агент», принимаются учащиеся школ на старшей ступени обучения. Выпускник должен быть готов к профессиональной деятельности по выполнению работ в качестве рекламного агента.

2.3. Нормативный срок освоения программы

Нормативный срок освоения программы 69 часов при очной форме профессиональной подготовки.

3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОГО КУРСА

В основе Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования лежит системно-деятельностный подход, который обеспечивает:

- воспитание и развитие качеств личности, отвечающих требованиям информационного общества;
- разработку содержания и технологий образования, определяющих пути и способы личностного и познавательного развития обучающихся;
- развитие личности обучающегося на основе усвоения универсальных учебных действий познания и освоения мира;
- разнообразие организационных форм и учет индивидуальных особенностей каждого обучающегося;
- обогащение форм взаимодействия со сверстниками и взрослыми в познавательной деятельности.

Учебный план содержит перечень учебных предметов базового и профессионального

циклов с указанием времени, отводимого на освоение учебных предметов, включая время, отводимое на теоретические и практические занятия.

Базовый цикл включает учебные предметы: «Охрана труда», «Психология общения».

Профессиональный цикл включает учебные предметы: «Рекламная деятельность».

Данные предметы включают в себя изучение правил техники безопасности и охраны труда, психологии общения, видов общения, основ рекламной деятельности, социально-психологических аспектов рекламы, правовое регулирование рекламы и направлены на само-развитие и самосовершенствование личности учащихся.

В ходе проведения практических занятий, учащиеся закрепляют теоретические знания и отрабатывают практические умения.

В построении рабочей программы в качестве базовой основы установлено количество часов, предусмотренных Примерной программой. Учет посещаемости занятий, успеваемости и пройденных тем ведется преподавателями в соответствующей учетной документации.

Программа рассчитана на 2 года обучения при загрузке 1 час в неделю. Продолжительность учебного часа теоретических и практических занятий - 1 академический час (45 минут), включая время на подведение итогов, оформление документации.

Теоретическое и практическое обучение проводятся в оборудованных кабинетах с использованием учебно-методических и учебно-наглядных пособий в соответствии с Перечнем учебных материалов для подготовки рекламных агентов, утвержденным Примерной Программой.

Осуществление текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, осуществляется согласно календарного плана.

Профессиональная подготовка завершается итоговой аттестацией в форме аттестационного испытания. Аттестационное испытание включает в себя пробную работу и проверку теоретических знаний. Лица, получившие по итогам промежуточной аттестации неудовлетворительную оценку, к сдаче аттестационного испытания не допускаются.

Проверка теоретических знаний при проведении аттестационного испытания проводится по предметам: «Рекламная деятельность», «Психология общения».

Промежуточная аттестация и проверка теоретических знаний при проведении аттестационного испытания проводятся с использованием материалов, утвержденных директором центра.

Результаты аттестационного испытания оформляются протоколом.

По результатам аттестационного испытания выдается справка установленного образца.

Индивидуальный учет результатов освоения обучающимися образовательной программы, а также хранение в архивах информации об этих результатах осуществляется на бумажных и (или) электронных носителях.

3.1. Профессиональная характеристика

1.Профессия «Рекламный агент»

2.Назначение профессии: осуществление в качестве посредника работ по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей; обеспечение выполнения мер, направленных на решение маркетинговых задач.

3.Квалификация: рекламный агент

Уровень общего образования, требуемый для получения профессии - среднее общее.

Повышение квалификации рекламного агента осуществляется в процессе профессиональной деятельности и в центре для достижения более высокой ступени квалификации в данной сфере профессиональной деятельности.

3.2. Содержательные параметры образовательной деятельности:

Виды профессиональной деятельности: применять рекламные знания в практической деятельности; самостоятельно работать с рекламной литературой; осуществлять познавательно-исследовательскую деятельность; оформлять учетную документацию; контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; проводить основные мероприятия связей с общественностью; применять средства связи; использовать способы оперативной полиграфии; использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;

Теоретические основы профессиональной деятельности: виды рекламной деятельности; виды рекламных средств и средств распространения рекламы; требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; социально-психологические основы рекламы; факторы и методы воздействия рекламы на человека; факторы, влияющие на покупку товаров; информационные материалы связей с общественностью, их виды; организационную структуру предприятий; средства оргтехники и требования безопасности труда; средства составления оригиналов текстовых документов; средства копирования и оперативного размножения документов.

4. ЛИЧНОСТНЫЕ, МЕТАПРЕДМЕТНЫЕ И ПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

4.1. Личностные результаты освоения программы должны отражать:

- 1) воспитание российской гражданской идентичности: патриотизма, уважения к Отечеству, усвоение гуманистических, демократических и традиционных ценностей многонационального российского общества; воспитание чувства ответственности и долга перед Родиной;
- 2) формирование ответственного отношения к учению, готовности и способности обучающихся к саморазвитию и самообразованию на основе мотивации к обучению и познанию, осознанному выбору и построению дальнейшей индивидуальной траектории образования на базе ориентировки в мире профессий и профессиональных предпочтений, с учётом устойчивых познавательных интересов, а также на основе формирования уважительного отношения к труду, развития опыта участия в социально значимом труде;
- 3) формирование осознанного, уважительного и доброжелательного отношения к другому человеку, его мнению, готовности и способности вести диалог с другими людьми и достигать в нём взаимопонимания;
- 4) освоение социальных норм, правил поведения, ролей и форм социальной жизни в группах и сообществах, включая взрослые и социальные сообщества; участие в школьном самоуправлении и общественной жизни в пределах возрастных компетенций с учётом региональных, этнокультурных, социальных и экономических особенностей;
- 5) развитие морального сознания и компетентности в решении моральных проблем на основе личностного выбора, формирование нравственных чувств и нравственного поведения, осознанного и ответственного отношения к собственным поступкам;
- 6) формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками, детьми старшего и младшего возраста, взрослыми в процессе образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, творческой и других видов деятельности;

7) формирование ценности здорового и безопасного образа жизни; усвоение правил индивидуального и коллективного безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях, угрожающих жизни и здоровью людей, правил поведения на транспорте и на дорогах;

8) формирование основ экологической культуры соответствующей современному уровню экологического мышления, развитие опыта экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях;

4.2. Метапредметные результаты освоения программы должны отражать:

1) умение самостоятельно определять цели своего обучения, ставить и формулировать для себя новые задачи в учёбе и познавательной деятельности, развивать мотивы и интересы своей познавательной деятельности;

2) умение самостоятельно планировать пути достижения целей, в том числе альтернативные, осознанно выбирать наиболее эффективные способы решения учебных и познавательных задач;

3) умение соотносить свои действия с планируемыми результатами, осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, определять способы действий в рамках предложенных условий и требований, корректировать свои действия в соответствии с изменяющейся ситуацией;

4) умение оценивать правильность выполнения учебной задачи, собственные возможности её решения;

5) владение основами самоконтроля, самооценки, принятия решений и осуществления осознанного выбора в учебной и познавательной деятельности;

6) умение определять понятия, создавать обобщения, устанавливать аналогии, классифицировать, самостоятельно выбирать основания и критерии для классификации, устанавливать причинно-следственные связи, строить логическое рассуждение, умозаключение (индуктивное, дедуктивное и по аналогии) и делать выводы;

7) умение создавать, применять и преобразовывать знаки и символы, модели и схемы для решения учебных и познавательных задач;

8) смысловое чтение;

9) умение организовывать учебное сотрудничество и совместную деятельность с учителем и сверстниками; работать индивидуально и в группе: находить общее решение и разрешать конфликты на основе согласования позиций и учёта интересов; формулировать, аргументировать и отстаивать своё мнение;

10) умение осознанно использовать речевые средства в соответствии с задачей коммуникации для выражения своих чувств, мыслей и потребностей; планирования и регуляции своей деятельности; владение (формирование навыка) устной и письменной речью, монологической контекстной речью;

11) формирование и развитие компетентности в области использования информационно-коммуникационных технологий (далее ИКТ– компетенции);

12) формирование и развитие экологического мышления, умение применять его в познава-

тельной, коммуникативной, социальной практике и профессиональной ориентации.

4.3. Предметные результаты освоения программы:

В результате освоения рабочей программы, обучающиеся должны знать:

- 1) виды рекламной деятельности;
- 2) виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- 3) требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- 4) субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- 5) правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- 6) ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- 7) социально-психологические основы рекламы;
- 8) факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- 9) факторы, влияющие на покупку товаров;
- 10) информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- 11) организационную структуру предприятий;
- 12) средства оргтехники и требования безопасности труда;
- 13) средства составления оригиналов текстовых документов;
- 14) средства копирования и оперативного размножения документов.

В результате освоения рабочей программы, обучающиеся должны уметь:

- 1) применять рекламные знания в практической деятельности;
- 2) самостоятельно работать с рекламной литературой;
- 3) осуществлять познавательно-исследовательскую деятельность.
- 4) оформлять учетную документацию; контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- 5) осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- 6) выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- 7) проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- 8) применять средства связи;
- 9) использовать способы оперативной полиграфии;
- 10) использовать вычислительные средства в рекламной деятельности.

5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Учебный план профессиональной подготовки по профессии

031601.01 «Рекламный агент»

Квалификация: рекламный агент

Форма обучения – очная
Нормативный срок – 69 часов
1 час в неделю

Таблица 1

№ п/п	Элементы учебного процесса, в т.ч. учебные дисциплины, профессиональные модули, меж-	Сроки обучения 2 года		Итого
		10 кл.	11 кл.	
	Обязательная часть циклов ОПОП	35	34	69
1.	<i>Общепрофессиональные дисциплины</i>	9	8	17
1.1.	Охрана труда	1	1	2
1.2.	Психология общения	8	7	15
2.	<i>Профессиональные модули</i>	26	26	52
2.1.	Рекламная деятельность	26	26	52
	Всего:	35	34	69

5. 1. Учебные предметы базового цикла рабочей программы

5.1.1. Тематический план учебного предмета: «Охрана труда»

Распределение учебных часов по разделам и темам

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем	Количество часов		
		10 кл	11 кл	итого
	Раздел 1.1. Охрана труда	1	1	2
1.	Правовые, нормативные и организационные основы охраны труда в организации.	1	1	2
	Итого:	1	1	2

Программа учебного предмета:

"Охрана труда"

Раздел 1.1. Охрана труда

Правовые, нормативные и организационные основы охраны труда, виды ответственности за нарушение охраны труда. Опасные и вредные производственные факторы, травмоопасные и вредные факторы в профессиональной деятельности. Воздействие негативных факторов на человека; виды производственных травм и профессиональных заболеваний; порядок расследования несчастных случаев на производстве.

5.1.2. Тематический план учебного предмета «Психология общения»

Распределение учебных часов по разделам и темам

Таблица 3

№	Наименование тем	Количество часов		
		10 кл	11 кл	итого
	Раздел 1.2. Психология общения	8	7	15
1.	Социально-психологические основы общения	2	2	4
2.	Деловое общение	4	4	8
3.	Этическая и эстетическая культуры	2	1	3
	Итого:	8	7	15

Программа учебного предмета «Психология общения»

Раздел 1.2. Психология общения

Вербальные и невербальные средства общения; методы для осуществления профессиональной деятельности. Основы психологии общения; виды общения. Использование вербальных и невербальных средств общения. Деловое общение, правила ведения переговоров и деловой беседы, основы делового имиджа, элементы речевого этикета и основные требования к речи; требования к ведению делового диалога по телефону. Использование правил и норм делового общения. Этическая и эстетическая культуры. Применение основных правил и норм поведенческого этикета. Бесконфликтные способы общения; основы эстетической и этической культур; использования норм поведения, выбора правил для осуществления профессиональной деятельности.

5.2. Учебные предметы специального цикла рабочей программы.

5.2.1. Тематический план учебного предмета «Рекламная деятельность».

Распределение учебных часов по разделам и темам

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Количество часов		
		10 кл	11 кл	итого
	Раздел 1. Содержание и формы рекламной деятельности	8	8	16
1.2.	Основные составляющие рекламного процесса	2	-	2
1.3.	Социально-психологические основы рекламы	2	-	2
1.4.	Классификация рекламных средств	4	-	4
1.5.	Фирменный стиль	-	6	6
1.6.	Социальная и политическая реклама	-	2	2
	Раздел 2. Правовое регулирование рекламной деятельности	4	-	4
2.1.	Федеральный закон «О рекламе»	2	-	2
2.2.	Саморегулирование рекламной деятельности	2	-	2
	Раздел 3. Организация, планирование и управление рекламной дея-	14	18	32

	тельностью			
3.1.	Основные элементы рекламных средств	2	-	2
3.2.	Организация Паблик Рилейшнз – ПР (public relations – PR)	6	-	6
3.3.	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	4	2	6
3.4.	Разработка названия фирмы и товарного знака	2	-	2
3.5.	Визитные карточки	-	2	2
3.6.	Основные средства маркетинговых коммуникаций	-	4	4
3.7	Организация рекламы в магазине	-	2	2
3.9.	Организация рекламного агентства	-	2	2
3.10	Планирование рекламной кампании	-	4	4
3.11	Эффективность рекламной кампании	-	2	2
	Итого:	26	26	52

Программа учебного предмета «Рекламная деятельность»

Раздел 1. Содержание и формы рекламной деятельности

История развития рекламы в Древней Греции. История развития рекламы в США. История развития рекламы в России. Правила и функции рекламы. Участники рекламного процесса. Методы воздействия рекламы на потребителя. Непроизвольное и произвольное внимание. Методы перевода непроизвольного внимания в произвольное. Внешние и внутренние факторы поведения человека. Раздражители непроизвольного внимания. Классификация человеческих потребностей. Определение функций участников рекламного процесса. Определение потребительских мотивов, влияющих на покупку товара. Понятие рекламного средства. Классификация рекламных средств по основным признакам. Группы рекламных средств. Основные элементы средств рекламы. Виды средств распространения рекламы. Основные цели рекламы. Понятие фирменного стиля. Понятие брэндинга. Элементы фирменного стиля. Виды товарных знаков. Требования, предъявляемые к товарным знакам. Правила составления рекламной листовки. Понятие и виды визитной карточки. Правила передачи визитной карточки. Разработка рекламной визитной карточки, листовки, буклета, в соответствии с требованиями и правилами рекламы. История возникновения социальной рекламы. Общая направленность социальной рекламы в советский период. Современная социальная реклама. Виды социальной рекламы. Отличия некоммерческой рекламы от коммерческой. Сходства политической рекламы и коммерческой. Функции политической рекламы. Цели политической рекламы. Стратегия политической рекламы. Разработка рекламного ролика социальной или политической рекламы.

Раздел 2. Правовое регулирование рекламной деятельности

Требования к рекламе, установленные законом. Федеральный закон «О рекламе». Ответственность участников рекламного процесса. Международный кодекс рекламной практики. Статьи закона о ненадлежащей рекламе. Нормы правового регулирования рекламы. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Органы саморегулирования. Правила рекламы, содержащиеся в кодексе рекламной практики.

Раздел 3. Организация, планирование и управление рекламной деятельностью

Рекламные тексты, изображения, шрифты, цвета, цветовые сочетания. Требования, предъявляемые к элементам рекламных средств. Понятие и сущность ПР. Цели, задачи и функции ПР. Организация связи со СМИ. Информационные материалы ПР. Задачи служб ПР. Основные мероприятия ПР, их характеристика и виды. Разработка слогана, заголовка к рекламному тексту. Разработка мероприятий ПР. Разработка и составление плана презентации. Выбор рекламного средства. Принципы составления рекламных текстов. Понятие о побудительных мотивах человека. Понятие о художественном оформлении объявлений. Правила составления рекламной листовки. Методика разработки названия фирмы. Тестирование названия фирмы. Разработка текста рекламного ролика, сценария рекламного ролика. Выбор товарного знака. Разработка названия фирмы. Субъекты рекламного процесса, их функции. Виды рекламных агентств, их функции. Требования к выбору рекламного агентства. Причины выбора рекламного агентства. Структура рекламного агентства. Понятие о рекламной кампании. Виды рекламных кампаний. Цели проведения рекламной кампании (РК). Этапы проведения рекламных кампаний. Расчет бюджета рекламной кампании. Виды расчетов между рекламодателем и рекламным агентством. Исследования, направленные на повышение эффективности рекламной деятельности, снижения риска ее проведения, лучшее использование финансовых средств. Исследования рекламной эффективности средств массовой информации. Понятие об экономической эффективности рекламной деятельности. Психологическое воздействие рекламы на человека. Определение эффективности рекламы. Разработка структуры универсального или специализированного агентства. Составление плана проведения рекламной кампании. Расчет бюджета проведения рекламной кампании. Определение эффективности применения рекламных средств.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ И МАТЕРИАЛЬНО - ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ

Печатные пособия: комплект заданий для практических и творческих работ; курс лекций; образцы, инструкционные карты, плакаты, наглядные пособия информационные стенды, демонстрационный комплект наглядных пособий, комплект бланков технологической документации, комплект учебно-методической документации.

Учебно-практическое оборудование: проектор, компьютер, принтер, выход в сеть интернет, DVD, доска, стол преподавателя, парты, стулья, классная доска, стеллажи для книг, современные носители информации (видеоинформация, слайды)

7. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Личностные универсальные учебные действия:

- 1) воспитание российской гражданской идентичности: патриотизма, уважения к Отечеству, усвоение гуманистических, демократических и традиционных ценностей многонационального российского общества; воспитание чувства ответственности и долга перед Родиной;
- 2) формирование ответственного отношения к учению, готовности и способности обучающихся к саморазвитию и самообразованию на основе мотивации к обучению и познанию, осознанному выбору и построению дальнейшей индивидуальной траектории образования на базе ориентировки в мире профессий и профессиональных предпочтений, с учётом устойчивых познавательных интересов, а также на основе формирования уважительного отношения к труду, развития опыта участия в социально значимом труде;
- 3) формирование осознанного, уважительного и доброжелательного отношения к другому человеку, его мнению, готовности и способности вести диалог с другими людьми и достигать в нём взаимопонимания;
- 4) освоение социальных норм, правил поведения, ролей и форм социальной жизни в группах и

сообществах, включая взрослые и социальные сообщества; участие в школьном самоуправлении и общественной жизни в пределах возрастных компетенций с учётом региональных, этнокультурных, социальных и экономических особенностей;

- 5) развитие морального сознания и компетентности в решении моральных проблем на основе личностного выбора, формирование нравственных чувств и нравственного поведения, осознанного и ответственного отношения к собственным поступкам;
- 6) формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками, детьми старшего и младшего возраста, взрослыми в процессе образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, творческой и других видов деятельности;
- 7) формирование ценности здорового и безопасного образа жизни; усвоение правил индивидуального и коллективного безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях, угрожающих жизни и здоровью людей, правил поведения на транспорте и на дорогах;
- 8) основы экологической культуры соответствующей современному уровню экологического мышления, развитие опыта экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях.

Регулятивные универсальные учебные действия:

- 1) целеполагание, включая постановку новых целей, преобразование практической задачи в познавательную;
- 2) самостоятельно анализировать условия достижения цели на основе учёта выделенных учителем ориентиров действия в новом учебном материале;
- 3) планировать пути достижения целей;
- 4) устанавливать целевые приоритеты;
- 5) уметь самостоятельно контролировать своё время и управлять им;
- 6) принимать решения в проблемной ситуации на основе переговоров;
- 7) осуществлять констатирующий и предвосхищающий контроль по результату и по способу действия; актуальный контроль на уровне произвольного внимания;
- 8) адекватно самостоятельно оценивать правильность выполнения действия и вносить необходимые коррективы в исполнение, как в конце действия, так и по ходу его реализации;
- 9) основам прогнозирования как предвидения будущих событий и развития процесса.

Коммуникативные универсальные учебные действия:

Выпускник научится:

- 1) учитывать разные мнения и стремиться к координации различных позиций в сотрудничестве;
- 2) формулировать собственное мнение и позицию, аргументировать и координировать её с позициями партнёров в сотрудничестве при выработке общего решения в совместной деятельности;
- 3) аргументировать свою точку зрения, спорить и отстаивать свою позицию не враждебным для оппонентов образом;
- 4) задавать вопросы, необходимые для организации собственной деятельности и сотрудничества с партнёром;
- 5) осуществлять взаимный контроль и оказывать в сотрудничестве необходимую взаимопомощь;
- 6) адекватно использовать речь для планирования и регуляции своей деятельности;
- 7) адекватно использовать речевые средства для решения различных коммуникативных задач; владеть устной и письменной речью; строить монологическое контекстное высказывание;
- 8) организовывать и планировать учебное сотрудничество с учителем и сверстниками, определять цели и функции участников, способы взаимодействия; планировать общие способы работы;
- 9) осуществлять контроль, коррекцию, оценку действий партнёра, уметь убеждать;

10)работать в группе — устанавливать рабочие отношения, эффективно сотрудничать и способствовать продуктивной кооперации; интегрироваться в группу сверстников и строить продуктивное взаимодействие со сверстниками и взрослыми;

11)использовать адекватные языковые средства для отображения своих чувств, мыслей, мотивов и потребностей;

Познавательные универсальные учебные действия:

Выпускник научится:

- основам реализации проектно-исследовательской деятельности;
- проводить наблюдение и эксперимент под руководством учителя;
- осуществлять расширенный поиск информации с использованием ресурсов библиотек и Интернета;
- создавать и преобразовывать модели и схемы для решения задач;
- осуществлять выбор наиболее эффективных способов решения задач в зависимости от конкретных условий;
- давать определение понятиям;
- устанавливать причинно-следственные связи;
- осуществлять логическую операцию установления родовидовых отношений, ограничение понятия;
- обобщать понятия — осуществлять логическую операцию перехода от видовых признаков к родовому понятию, от понятия с меньшим объёмом к понятию с большим объёмом;
- строить логическое рассуждение, включающее установление причинно-следственных связей;
- объяснять явления, процессы, связи и отношения, выявляемые в ходе исследования;
- основам ознакомительного, изучающего, усваивающего и поискового чтения;
- структурировать тексты, включая умение выделять главное и второстепенное, главную идею текста, выстраивать последовательность описываемых событий.

Предметные результаты освоения программы:

В результате освоения рабочей программы, обучающиеся должны знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру предприятий;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов:

В результате освоения рабочей программы, обучающиеся должны уметь:

применять рекламные знания в практической деятельности;

- самостоятельно работать с рекламной литературой;
- осуществлять познавательно-исследовательскую деятельность.
- оформлять учетную документацию; контактировать с заказчиками рекламного продук-

- та и вести переговоры с заказчиком;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;

8. СИСТЕМА ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Осуществление текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, установление их форм, периодичности и порядка проведения относится к компетенции МАУ «ЦПТО МУГ».

Профессиональная подготовка завершается итоговой аттестацией в форме аттестационного испытания. Аттестационное испытание включает в себя пробную работу и проверку теоретических знаний. Лица, получившие по итогам промежуточной аттестации неудовлетворительную оценку, к сдаче аттестационного испытания не допускаются.

Проверка теоретических знаний при проведении аттестационного испытания проводится по предметам: «Психология общения» и «Рекламная деятельность».

Итоговая аттестация включает сдачу аттестационного испытания, подготовку и защиту пробной работы. Тематика пробной работы должна соответствовать содержанию Программы итоговой аттестации. Требования к содержанию, объему и структуре пробной работы определяются Программой итоговой аттестации.

Программа итоговой аттестации, содержащая формы, условия проведения и защиты пробной работы, разрабатывается аттестационными комиссиями и утверждается руководителем центра и доводится до сведения обучающихся в начале обучения.

К итоговой аттестации допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные программой и успешно прошедшие все аттестационные испытания, предусмотренные программами учебных дисциплин.

Лицам, прошедшим соответствующее обучение в полном объеме и получившим положительную оценку на аттестации, центр выдает справку установленного образца.

Индивидуальный учет результатов освоения обучающимися образовательной программы, а также хранение в архивах информации об этих результатах осуществляются администрацией МАУ «ЦПТО МУГ» на бумажных и (или) электронных носителях.

Учебно-методические материалы, обеспечивающие реализацию Программы представлены:

- примерной программой профессиональной подготовки рекламных агентов, утвержденной в установленном порядке;
 - образовательной программой профессиональной подготовки рекламных агентов, утвержденной директором МАУ «ЦПТО МУГ»;
 - календарно-тематическими планами;
 - материалами для проведения промежуточной и итоговой аттестации обучающихся, утвержденными директором МАУ «ЦПТО МУГ»;
- Статьей 60 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

9. КРИТЕРИИ И НОРМЫ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Контроль предполагает выявление уровня освоения учебного материала при изучении, как отдельных разделов, так и всего элективного курса в целом.

При тестировании все верные ответы берутся за 100%, тогда отметка выставляется в соответствии с таблицей:

Процент выполнения задания	Отметка
90% и более	отлично
76-89%	хорошо
66-75%	удовлетворительно
менее 66%	неудовлетворительно

При выполнении письменной контрольной работы:

Содержание и объем материала, подлежащего проверке в контрольной работе, определяется программой. При проверке усвоения материала выявляется полнота, прочность усвоения учащимися теории и умение применять ее на практике в знакомых и незнакомых ситуациях. Исходя из норм (пятибалльной системы), заложенных во всех предметных областях выставляете отметка:

- «5» ставится при выполнении всех заданий полностью или при наличии 1-2 мелких погрешностей;
- «4» ставится при наличии 1-2 недочетов или одной ошибки;
- «3» ставится при выполнении 2/3 от объема предложенных заданий;
- «2» ставится, если допущены существенные ошибки, показавшие, что учащийся не владеет обязательными умениями по данной теме в полной мере (незнание основного программного материала):

Критерии оценок при выполнении практических заданий:

«5» – работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно и творчески;

«4» – работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, при выполнении отдельных операций допущены небольшие отклонения;

«3» – работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с нарушением технологической последовательности, отдельные операции выполнены с отклонением от образца (если не было на то установки); оформлено небрежно или не закончено в срок;

«2» – ученик самостоятельно не справился с работой, технологическая последовательность нарушена, при выполнении операций допущены большие отклонения, оформлено небрежно и имеет незавершенный вид.

Оценка устных ответов учащихся

Ответ оценивается отметкой «5», если ученик:

- полно раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном программой;
- изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию;
- правильно выполнил рисунки, схемы, сопутствующие ответу;
- показал умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами;
- продемонстрировал усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков;
- отвечал самостоятельно без наводящих вопросов учителя.

Возможны одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, которые ученик легко исправил по замечанию учителя.

Ответ оценивается отметкой «4», если ответ удовлетворяет в основном требованиям на отметку «5», но при этом имеет один из недостатков:

- допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию учителя;

- допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию учителя.

Отметка «3» ставится в следующих случаях:

- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения программного материала определенные настоящей программой;

Отметка «2» ставится в следующих случаях:

- не раскрыто основное содержание учебного материала;

- обнаружено незнание или неполное понимание учеником большей или наиболее важной части учебного материала;

- допущены ошибки в определении понятий, при использовании специальной терминологии, в рисунках, схемах, в выкладках, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов учителя.

9. ГРАФИК ПРОВЕДЕНИЯ ПРОВЕРОЧНЫХ И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Вид работы	Название темы	10 кл.
Контрольная работа	Рекламные средства, их элементы	
Контрольная работа	Организация ПР. Рекламные объявления	
Контрольная работа	Деловое общение	

10. ЛИТЕРАТУРА

1. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность. Учебник – М., 2011.
2. Пономарева А. М. Рекламная деятельность. Организация и планирование – Ростов н/Д.: издательский центр «МарТ», 2011.
3. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Л.В.Придорожная.- М.: Издательство «Омега-Л», 2011
4. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы. Учебное пособие М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2011.
5. Малкова Ю.В. Конструирование рекламных сюжетов М.: ООО издательство «Со-ва», 2011.
6. Ежова Н.Н. «Настольная книга психолога-практика», Ростов - на – Дону «Феникс», 2011 г.
7. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей.- Киев, 2011.
8. Волгин Б. Этикет общения.- М.,2011.