# Муниципальное казенное образовательное учреждение

# «Общеобразовательная средняя (полная) школа» с. Казым Белоярского района, Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

 Утверждаю:

директор МОСШ с. Казым

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Программа**

**внеурочной деятельности по информационному направлению**

**«Рекламное агентство»**



 Автор: Канева Е.В.

учитель информатики и ИКТ

МОСШ с. Казым

2013г.

# Программа внеурочной деятельности по информатике

# «Рекламное агентство»

## **Пояснительная записка**

***Возрастная категория занятых при реализации Программы обучающихся***:

5 – 11 классы

***Срок реализации программы***: 2013-2014 гг.

***Автор программы***: учитель информатики, МОСШ с. Казым, Белоярского района, Канева Елена Владимировна.

***Рекламное агентство –*** мощное воспитательное средство, в результате внедрения которого возрастает мотивация к обучению, которое способствует сплоченности ребят, повышает их статус в школьном коллективе, способствует становлению личности, определению своей дальнейшей профессии.

Школьники могут заинтересоваться рекламой, которая в настоящее время получила бурное развитие. Она является двигателем свободного рынка, труда, товара и новых социальных отношений.

Данный курс определяет роль и место рекламы в общественной и экономической жизни общества, знакомит с различными типами и видами рекламы, её выпуску, критериями оценки рекламы, а также формирует общекультурный аспект отношения к рекламе.

***Цель*** ***программы «Рекламное агентство»*** - организация в школьном коллективе работы «Рекламного агентства», знакомство с одним из направлений деятельности человека, связанным с созданием рекламы посредством компьютера.

***Задачи:***

* Выполнять заказы по рекламе;
* Предоставлять возможности для творческой самореализации личности;
* Совершенствовать и развивать навыки работы на компьютере в текстовых и графических редакторах;
* Развивать интеллектуальные и коммуникативные способности;
* Повышать интерес читателей к делам школы, села.
* Вырабатывать умения, необходимые в профессиональной деятельности в сфере рекламы
* Способствовать определению выбора будущей профессии обучающимися;
* Совершенствовать умения обучающихся по выпуску рекламы.

***Содержание и формы деятельности «Рекламного агентства»***

Вся деятельность направлена на выпуск рекламы по запросу.

* Рукописная подготовка материалов (реклама, объявления, памятки, календари, листовки, буклеты и т.д.);
* Компьютерный набор рекламы, правка, макетирование, оформление, распечатка;
* Распространение.

Наиболее активные и заинтересованные в этой работе – учащиеся 5 – 11-х классов.

В рамках курса излагаются общие принципы и понятия компьютерной графики. Также излагаются принципы создания презентации в программах Word, Paint и Power Point, которую можно рассмотреть как особый способ рекламы.

Для успешного усвоения курса у учащихся должен быть опыт работы на персональном компьютере.

Изучение курса опирается на (средства обучения):

* лекционный материал;
* самоучители (интерактивный курс);
* освоение программы подготовки презентации Power Point;
* освоение программ Word, Paint;
* освоение работы со сканером.

***Работа рекламного агентства планируется сроком на один год***. План работы Рекламного агентства состоит из теоретических вопросов и практических занятий (выпуск рекламы). Работа, в основном, идет индивидуально, в зависимости от полученных заказов на рекламу. Выполнение рекламы на компьютере осуществляется учащимися, задействованными в работе Рекламного агентства.

***Материальное обеспечение деятельности Рекламного агентства***: компьютер – 12, принтер черно-белый – 1, принтер цветной – 1, цифровой фотоаппарат – 1.

***К программе прилагаются***:

* положение о Рекламном агентстве
* учебно-тематический план работы Рекламного агентства;

***Руководит работой Рекламного агентства*** учитель информатики

***Ожидаемые результаты реализации Программы***

Результатами реализации Программы создания Рекламного агентства должны стать:

* общественное признание, оценка, самореализация обучающихся, задействованных в деятельности Рекламного агентства;
* повышение информационной культуры, творческих и коммуникативных способностей обучающихся;
* приобретение обучающимися компьютерных навыков;
* выработка у обучающихся профессиональных умений по созданию рекламы
* установка связей школы с общественностью.

По окончании курса у учащихся должны быть сформированы

*знания:*

* что такое реклама, ее назначение;
* общие принципы и понятия компьютерной графики;

*представления:*

* какие средства можно использовать для технического исполнения рекламы.
* каковы этапы создания проекта;

*умения*:

* на пользовательском уровне работать со сканером;
* в программе Power Point подготовить презентацию.

Контроль – текущий, в ходе выполнения практического задания. Учащиеся демонстрируют проделанную работу.

Результат прохождения курса – создание и защита проекта собственной рекламы, презентации товара или услуг, логотипа. При защите проекта необходимо, чтобы тема была актуальной и сама работа была выполнена качественно и с максимальным использованием изученных технологий.

***Формы подведения итогов реализации Программы***

Формами подведения итогов реализации Программы создания Рекламного агентства являются:

* оформление стенда Рекламного агентства в школьном фойе.
* Участие обучающихся, задействованных в работе Рекламного агентства в различных конкурсах.

**Положение** **о Рекламном агентстве школьного объединения классов при МОСШ с. Казым**

1. ***Назначение Рекламного агентства***
	1. Структурное отделение школьного объединения классов – Рекламное агентство – предназначено для создания и размещения готового рекламного продукта для школы и села.
	2. Рекламное агентство предоставляет возможность создания рекламы, продумывания рекламных акций, размещения рекламы в школьной газете, проведения презентаций.
2. ***Цель и задачи деятельности Рекламного агентства***
	1. Целью деятельности Рекламного агентства является создание условий для творческого развития личности обучающихся, их самореализации через организацию рекламной деятельности.
	2. Рекламное агентство призвано решать следующие задачи:
		* Формировать твердую жизненную позицию обучающихся и веру в себя;
		* Совершенствовать и развивать навыки работы на компьютере;
		* Повышать интерес жителей села к делам школы;
		* Дать возможность обучающимся познакомиться с профессией рекламиста.
		* Содействовать воспитанию информационной культуры, развитию интеллектуальных, творческих и коммуникативных способностей, повышению грамотности обучающихся.
3. ***Структура и организация деятельности Рекламного агентства***
	1. К работе Рекламного агентства привлекаются учащиеся 5 – 11 классов.
	2. В рекламное агентство входят: руководитель рекламного агентства, которым решаются текущие вопросы, осуществляется общее руководство всеми этапами рекламных проектов и занимается вопросами комплектации штата сотрудников.
	3. Менеджер по работе с клиентами в рекламном агентстве является связующим звеном между заказчиками и производителями рекламы (копирайтерами, дизайнерами), разрабатывает и ведет рекламные проекты в сотрудничестве с ними.
	4. Менеджер по рекламе - продумывает рекламные акции, размещает рекламу в школьной газете, проводит презентации, участвует в выставках и т.д. ,
	5. Копирайтер - виртуоз рекламного слова, он дает имена компаниям, придумывает названия, слоганы и рекламные тексты для газеты, буклетов и т.д.,
	6. Дизайнеры - они отвечают за визуальный образ рекламной кампании, компьютерный дизайн рекламы. Кисти и краски художникам от рекламы заменяет компьютер, при помощи которого создаются логотипы, фирменные знаки, рекламные модули, календари и многое другое.
	7. Фотографы - рекламная фотография, предварительная подготовка рекламной продукции, и т.п.
4. ***Права и обязанности членов Рекламного агентства***
	1. ЧленыРекламного агентства обязаны:
		* Периодически отчитываться о проделанной работе;
		* Помогать друг другу в подготовке материалов рекламы;
		* Ставить общее дело выше личных амбиций.
5. ЧленыРекламного агентства имеют право:
	* + Выйти из состава объединения;
		+ Участвовать в подготовке рекламной компании, отстаивать свое мнение по всем вопросам, связанным с рекламной компанией;
		+ Входить в состав других объединений;
		+ Быть избранным в руководящие органы Школьного объединения классов

Курс рассчитан на 12 часов, по 2 часа в неделю, может быть полностью внесен в одну четверть. Из 12 часов 4,5 часов отводится на теорию, 4,5 часов на практическую работу, 3 часа на создание проекта собственной рекламы. На последнем занятии учащиеся защищают свой проект. До конца учебного года Рекламное агентство работает по запросам населения с. Казым

## Тематическое планирование курса

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №темы | Тема | Количество часов |
| Всего | Теоретических | Практических |
| **1** | Что такое реклама | 1 | 1 | - |
| **2** | Учимся рекламировать | 2 | 1 | 1 |
| **3** | Компьютерная графика  | 1 | 1 | - |
| **4** | Программа подготовки презентаций Power Point | 4 | 0,5 | 3,5 |
| **5** | Проектная деятельность | 4 | 1 | 3 |
|  | ВСЕГО: | 12 |  |  |

##

## Содержание программы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № темы | Рассматриваемые вопросы | Методы и формы обучения |
| **1** | Понятие рекламы, типы рекламы, ее функции. Роль рекламы в экономической и социальной жизни общества. Реклама как часть информационной среды и информационного поля человеческого общества. | Лекция |
| **2** | Основные виды рекламы. Как рекламировать. Самореклама. | ЛекцияПракт.занятие |
| **3** | Введение в компьютерную графику. Секреты композиции, света и цвета. Виды компьютерной графики. Работа с программой Paint. | Теория |
| **4** | Знакомство с программой подготовки презентаций Power Point. Технология создания презентации.  | ЛекцияПракт.занятие |
|  **5** | Создание и защита проекта собственной рекламы, логотипа, презентации товара или услуг (по запросу) | Творческая работаДемонстрация |

# Методические разработки по курсу

**№1. Пример** **практического занятия**

## **«Самореклама»**

Цели занятия:

1. Продолжить формирование знаний по информационной культуре.
2. Освоить и расширить способы саморекламирования.
3. Развитие способности адаптироваться к новым социально-экономическим условиям.

 Задачи занятия:

1. Отработать навыки рекламирования.
2. Дать рекомендации по организации саморекламы, по заполнению анкеты и резюме.
3. Иметь представление о таких документах, как анкета, резюме.

**Ход занятия:**

Разговор начинается с того, что повторяются основные принципы рекламирования, задачи рекламных воздействий, выделение того, что чаще всего является объектом рекламы.

После чего необходимо обратить внимание учащихся, что в современном мире человек тоже выступает в роли некого продукта (товара), который необходимо разрекламировать. Примером этого служит ситуация, когда человек ищет себе работу. Ему необходимо не только определить подходящую для него вакансию, оценить для себя свои способности и возможности, но и показать себя, так сказать показать «товар лицом».

На этом этапе изучения темы хорошо проигрывается проблемная ситуация «Поиск работы». Перед учащимися ставиться задача «Вы прочитали объявление о вакансии на должность … и пришли на собеседование. Вам необходимо «разрекламировать» себя, рассказать о своих способностях и умениях в данном направлении. Ваша цель – чтобы Вас приняли на работу».

В роли второго собеседника (начальник, директор, менеджер) выступает учитель.

Дается небольшое время для подготовки саморекламы, после чего начинается ролевая игра.

По окончанию всех выступлений, учитель делает выводы ко всему услышанному:

* делает акцент на грубые ошибки,
* оговаривает недостатки,
* замечает положительное,
* дает рекомендации по организации саморекламы (внешний вид, манера разговора, жестикуляция и .т.п.).

Но при решении задач поиска работы необходимо еще уметь составлять сопроводительные документы – анкеты, резюме. Это заочная форма саморекламы.

Здесь нужно учителю дать общие советы по заполнению анкеты, рекомендации по составлению персонального резюме. Предоставить образцы резюме.

**Домашнее задание**: заполнить анкету и составить резюме.

Подводя итог изученной темы, очень важно акцентировать внимание учащихся на обратную связь. Обратная связь должна всегда присутствовать, иначе невозможно будет делать сравнение, анализ. Обратная связь может выступать в разной форме (критика, похвала, оценка, спрос), не всегда она будет положительной, но отрицательная обратная связь – дает возможность продумать дальнейший план действий, саморазвития.

##

## **№2. Вариант построения занятия с**

## **электронным практикумом**

Тема: «**На этот раз о себе, или Слайды и анимация».**

Метод и форма обучения: практическая работа посредством электронного практикума.

Цель занятия:

1. Познакомить с программой подготовки презентаций Power Point.
2. Научить создавать документ – презентацию с помощью шаблонов оформления, настраивать анимацию.
3. Воспитывать культуру ведения диалога с компьютером.

Ход занятия:

1. Оговариваются тема и цели данного занятия. Дается учащимся установка того, чему они должны научиться на этом занятии, что должно быть представлено в качестве результата.
2. Работа учащихся с электронным практикумом.
3. Демонстрация презентации.
4. Оценивание результатов.

## Литература:

1. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. М.; ДМК Пресс, 2001.
2. Петрушин В.И. Настольная книга карьериста. – СПб.; Питер, 2002.
3. Брыксина О.Ф., Овчинникова О.А. Средства Microsoft Power Point как инструментальное средство педагога. – Самара; СИПКРО, 2004.

#