

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор университета

Н.А. Крюкова

« 01 » 09 2023



Программа курса предпрофильной подготовки обучающихся 9 классов
«МЫ СОЗДАЕМ РЕКЛАМУ И ФОРМИРУЕМ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ»
Срок реализации – 11 часов

Форма реализации: очная с применением дистанционных технологий

Автор-составитель:
Кораблева Ольга Владимировна
к.с.н, доцент кафедры
«Социальные технологии
и гуманитарные науки»

г. Тольятти, 2023

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА
программы курса предпрофильной подготовки

Наименование организации-организатора программы	ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»
Наименование программы	Мы создаем рекламу и формируем общественное мнение
Автор(ы) программы (ФИО полностью и должность)	Кораблева Ольга Владимировна, доцент кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»
Наличие у автора профессионального образования/проф.переподготовки по профессии, на которую направлена программа предпрофильной подготовки	кандидат социологических наук
Код и наименование базовой профессии/ специальности/направления подготовки по перечням профессий/ специальностей/ направлений подготовки профессионального образования	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Уровень профобразования для базовой профессии/специальности программы (СПО, СПО/ВО, ВО)	ВО
Форма организации (очная /очная с применением дистанционных технологий/комбинированная)	комбинированная
Специализированная (только для лиц с ОВЗ и инвалидов) да / нет (выбрать)	нет
Общее количество страниц программы	11

Таблица допустимых нарушений здоровья обучающихся

по нозологическим группам

Прохождение Программы не противопоказано для обучающихся (позметить все допустимые нозологические группы знаком «+», допустимые нарушения указать):

№	Нозологические группы	«+»	Допустимые нарушения
1.	Нарушения слуха (глухота, слабослышание, приобретенная глухота)		
2.	Нарушения зрения (слепота, слабовидение)		
3.	Нарушения речи (дизартрия, алалия, афазия, ринолалия)		
4.	Нарушения опорно-двигательного аппарата (верхние конечности, нижние конечности, сочетанное нарушение верхних и нижних конечностей)		
5.	Нарушения интеллектуального развития (стойкое необратимое нарушение интеллектуального развития)		
6.	Задержка психического развития (замедление психического развития, стойкая незрелость эмоционально-волевой сферы, интеллектуальная недостаточность)		
7.	Дети с нарушением поведения и общения (аутизм)		
8.	Другое (указать)		

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА» (ПВГУС)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор университета
_____ Л.А.Выборнова
« ____ » _____ 2023 г.

**Программа курса предпрофильной подготовки обучающихся 9 классов
«МЫ СОЗДАЕМ РЕКЛАМУ И ФОРМИРУЕМ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ»**
Срок реализации – 11 часов

Форма реализации: комбинированная

Автор-составитель:
Кораблева Ольга Владимировна
к.с.н, доцент кафедры
«Социальные технологии и
гуманитарные науки»

г. Тольятти, 2023

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ.

Предлагаемая программа разработана для обучающихся 9 классов общеобразовательных организаций в рамках предпрофильной подготовки.

Условия конкуренции в нашей стране заставляют предприятия быть первыми не только в производстве и сбыте товаров, но и в производстве информации. Реклама и связи с общественностью, являясь технологиями управления информацией, оказались динамично развивающимися областями профессиональной деятельности, строящимися на пересечении науки и искусства.

Актуальность изучения основ рекламы очевидна, так как реклама играет заметную роль в развитии рыночной экономики и является её важным элементом. С помощью рекламы производители товаров (услуг) информируют потребителей о характеристиках своего товара (услуги), стимулируют продажи, поддерживают лояльность постоянных клиентов.

В современном мире особую роль играет общественное мнение, которое формируется в рамках такой профессиональной деятельности, как связи с общественностью или PR. Усложнение и расширение информационного пространства, которое влияет на массовое сознание и настроение, приводит к возрастанию значимости PR как науки и искусства управления общественным мнением.

Курс «Мы создаем рекламу и формируем общественное мнение» позволяет учащимся получить представление о специфике и технологиях профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. В круг должностей, с которыми знакомятся учащиеся, входят: директор по PR, менеджер по PR, специалист по связям с общественностью, пресс-секретарь, менеджер по рекламе, рекламный агент, копирайтер, креатор. а также цифровые профессии будущего в сфере рекламы и связей с общественностью.

Базовые общеобразовательные предметы: русский язык, математика, литература.

ЦЕЛИ и ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ.

Цели программы:

- формирование у учащихся собственного обоснованного мнения по предварительному самоопределению в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью

Задачи программы:

- информировать учащихся о направлении подготовки «Реклама и связи с общественностью»;
- ознакомить с основными понятиями рекламной и PR-деятельности;
- сформировать представление о продукте, особенностях труда, требованиях, предъявляемых к специалисту сферы рекламы и PR;
- ознакомить учащихся с уровнем и перспективами востребованности на рынке труда специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- обеспечить учащимся возможность получения первичных профессиональных проб в сфере рекламы и PR.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.

В содержание программы включены следующие виды знаний:

- основные понятия и определения в сфере рекламы и связей с общественностью: реклама, коммерческая и социальная реклама, целевая аудитория, связи с общественностью как профессиональная деятельность;

- приемы, применяемые в рекламе как средства психологического воздействия;
- цели и задачи деятельности специалистов в сфере рекламы;
- цели и задачи деятельности специалистов по связям с общественностью;
- представление о продукте, особенностях труда, требованиях, предъявляемых к специалисту сферы рекламы и PR.

В содержании программы представлены следующие виды деятельности учащихся:

- аналитическая, связанная с анализом методов и приемов современной рекламы;
- практическая, связанная с отработкой умений и навыков презентации и рекламы.

Методы, формы и средства обучения:

- ***методы и приемы:*** презентации, слайд-лекции, демонстрация и анализ рекламных видеоматериалов, упражнения на развитие коммуникативных навыков, навыков презентации и убеждения;
- ***организационные формы:*** индивидуальные, групповые;
- ***средства обучения:*** вербально-информационные, технические (компьютер, интернет соединение), изобразительные (коллекция рекламных роликов по коммерческой и социальной тематике).

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ и ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.

В результате обучения обучающиеся будут знать (понимать):

- сущность рекламы и связей с общественностью (PR);
- сферы приложения и направления PR-деятельности;
- специфику профессиональной деятельности в сфере рекламы связей с общественностью;
- должности в сфере рекламы и PR;
- перспективы получения профессионального образования в сфере рекламы и связей с общественностью;
- характер и условия труда в сфере рекламы и PR;
- перечень профессионально значимых свойств личности и надпрофессиональных навыков.

В результате обучения обучающиеся будут уметь:

- применять полученные знания и практические навыки в рамках профессионального самоопределения.

В результате обучения обучающиеся представляют итоговую творческую работу в виде постера на социальную тематику, выполненную в технике коллажа с использованием возможностей открытых ресурсов (графических редакторов, программ для презентаций).

Формы контроля освоения программы:

Формы текущего контроля: устный опрос, упражнения на самопрезентацию и развитие креативного мышления.

Форма итогового контроля - индивидуальная творческая работа и презентация ее результатов.

СПЕЦИФИКА ПРОГРАММЫ.

Количество участников одной группы должно быть от 10 до 30 человек. Такое количество участников обусловлено преобладанием интерактивных форм организации образовательного процесса, что способствует поддержанию высокого уровня динамики.

Курс носит профориентационный характер и рассчитан на 11 академических часов.

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Разделы, темы	Всего часов	в том числе		Форма контроля преподавателя
			теорет. занятия	практ. занятия	
1.	Раздел I. Введение в профессию/специальность	3	2	1	
1.1	Тема 1. Сущность рекламы и связей с общественностью (презентация по курсу)	1	1	-	-
1.2	Тема 2. Виды и приемы рекламы	2	1	1	Опрос
2.	Раздел II. Содержание профессии/специальности	6,75	2	4,75	
2.1	Тема 1. Особенности и средства современной рекламы	4	1	3	-
2.2	Тема 2. Особенности и средства современных связей с общественностью	2,75	1	1,75	Упражнение по самопрезентации
3.	Раздел III. Подведение итогов	1,25	-	1,25	
3.1	Тема 1. Итоговая рефлексия по курсу	1	-	1	Беседа, анализ творческих работ
3.2	Тема 2. Обратная связь	0,25	-	0,25	Анкетирование
ИТОГО:		11	4	7	

ПРОГРАММА

«Мы создаем рекламу и формируем общественное мнение»

Раздел I. Введение в профессию/специальность (3 час).

Тема 1. Сущность рекламы и связей с общественностью (1 час).

Беседа на тему: «Как мы относимся к рекламе?», «Реклама двигатель торговли?» или «Спрос рождает предложение?».

Понятия рекламы и связей с общественностью. Функции рекламы в обществе. Функции связей с общественностью.

Форма занятия: слайд-лекция «Реклама и связи с общественностью как профессиональная деятельность?», беседа.

Тема 2. Виды и приемы рекламы (2 часа).

Социальная, коммерческая реклама. Товарная, имиджевая реклама. Прямая, косвенная реклама. Предварительная, вводная и защитная реклама. Добросовестная и недобросовестная реклама. Этичная и неэтичная реклама. Скрытая реклама. Антиреклама.

Приемы, используемые в рекламе: неожиданный поворот сюжета, цвет, музыка, слоган, ссылки, статистика, известные лица, образы, юмор, шок и другое. Как они работают.

Анализ рекламных видеороликов как примеров коммерческой и социальной рекламы на предмет используемых приемов.

Форма занятия: лекция-демонстрация, беседа, практикум.

Практическая работа № 1 «Самопрезентация»: учащиеся представляются с использованием известных приемов рекламы.

Пример самопрезентации: «Меня зовут Ольга Кораблева. Я ученица 9 «А» класса самой замечательной школы № 2. Увлечена языками (свободно владею английским, учу китайский). Пишу лирические стихи. Я надежный друг. Друзья во мне ценят отзывчивость, оптимизм и чувство юмора. А еще я спортсменка и просто красавица!» - 1 минута на человека. Кому-то достаточно 30 секунд, так как не все готовы о себе говорить публично.

Комментарии преподавателя о важности и применимости навыков самопрезентации, значения и актуальности личного бренда.

Раздел II. Содержание профессии/специальности (6,75 час).

Тема 1. Особенности и средства современной рекламы (4 час).

Основные понятия и направления деятельности в сфере рекламы. Предмет труда. Профессиональные обязанности и цель труда. Средства, характер, условия и особенности организации труда. Ответственность в труде и факторы психофизиологической напряженности.

Должности и функции работников в сфере рекламы. Профессионально значимые качества и надпрофессиональные навыки, необходимые для работы в данной сфере.

Возможности получения профессионального образования. Востребованность и заработная плата в сфере рекламы в государственном, рекреационном, политическом, коммерческом секторах.

Форма занятия: беседа, слайд-лекция.

Тема 2. Особенности и средства современных связей с общественностью (2,75 час).

Основные понятия и направления деятельности в сфере PR. Предмет труда. Профессиональные обязанности и цель труда. Средства, характер, условия и особенности организации труда. Ответственность в труде и факторы психофизиологической напряженности.

Должности и функции работников PR-структур. Профессионально значимые и качества и надпрофессиональные навыки, необходимые для работы в сфере связей с общественностью.

Возможности получения профессионального образования. Востребованность и заработная плата в сфере связей с общественностью в государственном, рекреационном, политическом, коммерческом секторах.

Форма занятия: лекция, практикум.

Практическая работа № 2 «Мы создаем рекламу!»: подготовка и презентация индивидуальных работ (создание постера на социальную тематику в технике коллажа).

Раздел III. Подведение итогов (1,25 часа).

Тема 1. Итоговая рефлексия по курсу (1 час).

Подведение итогов теоретических занятий.

Подведение итогов выполнения практических заданий.

Форма занятия: беседа, конкурс творческих работ (Практическая работа № 2 «Мы создает рекламу!»).

Тема 2. Обратная связь (0,25 часа)

Анкетирование обучающихся по вопросам организации курса.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ и ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Специализированные помещения:
 - помещение, оборудованное компьютером с интернет-соединением.
2. Перечень мультимедиа-разработок:
 - компьютерная презентация по курсу «Мы создаем рекламу и формируем общественное мнение».
3. Перечень демонстраций:
 - рекламные видеоролики из коллекции кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки».
4. Перечень практических работ:
 - Практическая работа № 1 «Самопрезентация»:* учащиеся представляются с использованием известных им приемов рекламы.
 - Практическая работа № 2 «Мы создаем рекламу!»:* подготовка и презентация индивидуальных работ (коллажа на социальную тематику).
5. Перечень необходимого оборудования:
 - ноутбук с соответствующим программным обеспечением.

Список литературы

1. Ачкасова, В., Володина, Л. Связи с общественностью как социальная инженерия: Учебник для академического бакалавриата / В. Ачкасова, Л. Володина. – М.: Юрайт, 2017. – 344 с.
2. Ривз, Р. Реальность в рекламе / Р. Ривз. – М.: Библос, 2017. – 128 с.
3. Ромат, Е., Сендеров, Д. Реклама. Практическая теория / Е. Ромат, Д. Сендеров. - СПб.: Питер, 2016. - 544 с.
4. Шарков, Ф. М. Рекламная деятельность / Ф. М. Шарков. – М.: КноРус, 2018. – 288 с.
5. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М. Эйнштейн. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 301 с.

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ АВТОРА-СОСТАВИТЕЛЯ

Фамилия Имя Отчество	Кораблева Ольга Владимировна
Контактный телефон (мобильный)	8 9178202955
E-mail (личный)	ol_kora@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Мы создаем рекламу и формируем общественное мнение.

Программа раскрывает специфику рекламы и связей с общественностью как профессиональной деятельности.

Программа знакомит с направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью», должностями в области рекламы и PR, возможностями образования, трудоустройства и карьерного роста.

В рамках занятий предоставляется возможность проявить свои профессионально значимые способности и креативность.

Программа содействует развитию таких надпрофессиональных навыков, как самопрезентация, работа в условиях неопределенности и многозадачности, навыки художественного творчества, а также эстетического вкуса, насмотренности и креативности.

Образование по специальности можно получить в институте/ университете на базе 11 классов.