

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение  
«Средняя школа № 31»  
Петропавловск – Камчатский городской округ

РАССМОТРЕНО  
на заседании МС  
Протокол. № 1 от  
29.08.2023 г

Руководитель  
МС А. Дебрян

СОГЛАСОВАНО  
с зам. директора по ВР  
С.Ю. Химич  
« 29 » августа 2023 г

УТВЕРЖДЕНО  
МАОУ «Средняя школа №31»  
ПКГО  
Е. А. Дебрян  
« 29 » августа 2023 г. № 162/09



**Дополнительная  
общеобразовательная программа  
социально – гуманитарной направленности**

**«Основы рекламы»**  
название программы

**кружок «Юный предприниматель»**

Возраст обучающихся: 13-14 лет  
Срок реализации: 1 год

Автор-составитель:  
**Ермолаева Лилия Александровна,**  
ФИО, педагог -организатор

**Петропавловск- Камчатский городской округ**

**2023**

## **Петропавловск - Камчатский городской округ**

**2022 г.**

### **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

В рамках модуля «Основы рекламы» рассматриваются как теоретические аспекты, связанные с историей развития рекламы, технологией ее формирования, так и практические вопросы, связанные с созданием рекламных продуктов, их размещения в различных каналах распространения.

На сегодняшний день реклама тесно вошла во все сферы жизни человека. В социальных сетях, в транспорте, на телевидении - везде мы можем встретить элементы рекламной сферы. Как научиться грамотно воспринимать рекламу и не поддаваться уловкам? Полное представление даст модуль «Основы рекламы». Знания пригодятся не только в повседневной жизни, но и поможет в рамках создания собственных предпринимательских проектах.

В модуле подробно рассматриваются инструменты взаимодействия с покупателями, различные формы и каналы продвижения. Дети обучаются методологии дизайн-мышления, которая учит идти от потребностей людей вокруг, что является одной из актуальных методик разработки продукта на сегодняшний день.

#### **Цели:**

- формирование у обучающихся метапредметных компетенций, умений применять полученные знания для анализа экономических процессов в стране и городе, оценивать свои предпринимательские способности;
- развивать интеллектуальные и практические умения у учащихся в области рыночной экономики.

#### **Задачи:**

- изучить этапы создания организационно-правовых форм предприятий и фирм;
- ознакомить обучающихся с основами построения взаимоотношений с хозяйствующими партнерами;
- научить учащихся анализировать экономические процессы, тенденции развития предпринимательства в стране и городе;

- научить учащихся использовать алгоритм анализа способности к предпринимательству;
- создать условия для развития интереса к предпринимательской деятельности.

Кружок рассчитан на 136 часов. Итогом занятия в кружке является защита бизнес-проекта, который составляют все учащиеся.

В основе механизма реализации программы лежит идея личностно-ориентированного обучения при активной индивидуальной самостоятельной учебной деятельности соразмерно возможности и потребности учащегося.

Для реализации задач кружка используются следующие технологии: личностно-ориентированного обучения, критического мышления, деятельностного и компетентностного подхода, проектной деятельности, информационно-коммуникационные технологии, самостоятельная работа.

Методы и приемы обучения:

- Объяснительно-иллюстративный метод обучения;
- Самостоятельная работа с Интернет – ресурсами;
- Поисковый метод;
- Метод проблемного обучения;
- Метод эвристической беседы;
- Анализ;
- Дискуссия;
- Диалогический метод;
- Практическая деятельность;
- Проектирование.

## **БЛАГОДАРЯ ЗАНЯТИЯМ РЕБЕНОК ИЗУЧИТ**

-сущность, функции, виды рекламы:

- как работает память человека, что нужно сделать, чтобы потребитель правильно запомнил рекламную информацию;

- понятие «реклама» в соответствии с Федеральным законом «О рекламе» и отличие рекламы от других коммуникационных инструментов;

- основные субъекты рекламного бизнеса;

- основные рекламные инструменты в каждом сегменте медиа рынка.

## **НАВЫКИ**

Учащиеся работают над бизнес-кейсами от компании. Задача - продумать рекламную кампанию для одного из продуктов компании партнера.

По итогам работы над проектом ребенок научится:

- изучать продукт компании;
- делать свот-анализ продукта;

- применять методологию дизайн-мышления;
- проводить анализ и кластеризацию целевой аудитории;
- составлять глубинное интервью и карту эмпатии по его результатам;
- составлять карту пути клиента;
- составлять концепцию продвижения продукта;
- составлять медиаплан;
- составлять контент план для продвижения в соц. сетях;
- рассчитывать бюджет рекламной кампании.

## **РЕЗУЛЬТАТ**

Итоговая презентация проекта по разработке рекламной кампании для конкретного бизнеса по кейсу от компании партнера на **Конференции KinderMBA**

