

**Государственное бюджетное нетиповое образовательное учреждение  
«Академия цифровых технологий»  
Санкт-Петербурга**

ПРИНЯТО  
на педагогическом совете  
Протокол от «31» августа 2021 г.  
№ 8

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБНОУ  
«Академия цифровых технологий»

\_\_\_\_\_ Д.С. Ковалев

Приказ от «31» августа 2021 г. № 334

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа  
**«Реклама (WSR)»**

Возраст обучающихся: 13-15 лет

Срок реализации: 1 года

Разработчик:

Ковина Кристина Викторовна,  
педагог дополнительного образования

# 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

## 1.1. Основная характеристика программы

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Реклама (WSR)» (далее – программа) разработана согласно требованиям следующих нормативных документов:

- Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ.

- СанПиН 2.4.4.3172-14 "Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей" (Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 4 июля 2014 г. №41);

- Концепция развития дополнительного образования детей (утверждена распоряжением Правительства РФ от 04.09.2014 № 1726-р).

- Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года

(утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. N 996-р)

- Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (Письмо Департамента государственной политики в сфере воспитания детей и молодежи Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.11.2015 № 09-3242);

- Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ в государственных образовательных организациях Санкт-Петербурга, находящихся в ведении Комитета по образованию (Приложение к распоряжению Комитета по образованию № 617-р от 1.03.2017 г. «Об утверждении Методических рекомендаций по проектированию дополнительных общеразвивающих программ в государственных образовательных организациях Санкт-Петербурга, находящихся в ведении Комитета по образованию».

- Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017г. №816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

- Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 5 мая 2018 г. N 298н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»)

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам (утвержден приказом Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. N 196)

- Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 19.03.2020 №1Д-39/04 «О направлении методических рекомендаций по реализации образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования, образовательных программ среднего профессионального образования и дополнительных общеобразовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация образовательной программы или ее частей возможна как очно, так и с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий.

## **1.2. Направленность программы**

Социально-гуманитарная;

## **1.3. Уровень освоения программы**

Уровень освоения программы – базовый (общекультурный)

## **1.4. Актуальность программы**

Данная дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа соотносится с тенденциями развития дополнительного образования и согласно Концепции развития дополнительного образования способствует:

- созданию необходимых условий для личностного развития учащихся, позитивной социализации и профессионального самоопределения;
- удовлетворению индивидуальных потребностей учащихся в интеллектуальном, развитии;
- формированию и развитию творческих и исследовательских способностей учащихся, выявление, развитие и поддержку талантливых учащихся.

Актуальность программы «Реклама (WSR)» заключается в том, что обучающиеся получают представление об основах рекламы, а также практические навыки проведения рекламной кампании, работы с программным обеспечением и командному взаимодействию. Обучающиеся смогут подготовиться к участию в чемпионатах WorldSkills в линейке Юниоров и успешно развить профессиональные навыки.

## **1.5. Отличительные особенности**

Отличительной особенностью программы является ее практическая профориентационная направленность, позволяющая сформировать у обучающихся знания и навыки в области рекламы, подготовиться к участию в чемпионате WorldSkills.

## **1.6. Адресат программы**

Программа предназначена для детей 13-16 лет, учеников 7-10 классов, мотивированных на поступление в ВУЗЫ по данному направлению и на участие в WorldSkills.

## **1.7. Объем и срок реализации программы**

Срок реализации программы 1 год, объем 144 часа.

Объем программы в группах 1 года обучения – 144 часа: 2 раза в неделю по 2 академических часа.

## **1.8. Цель программы**

Развитие познавательных, интеллектуальных и творческих способностей обучающихся в области гуманитарных наук, подготовка к выступлению в чемпионатах.

## **1.9. Задачи**

### **1.9.1. Обучающие:**

- обучить основам планирования и проведения рекламной кампании;
- обучить обработке и представлению результатов исследований в программных средствах;
- всесторонне подготовить обучающихся к выступлению на профильных чемпионатах;
- научить основам рекламы;
- научить грамотно использовать программное обеспечение.

### **1.9.2. Развивающие:**

- способствовать развитию интереса к гуманитарным наукам;
- способствовать развитию исследовательских и изобразительных навыков, умения формулировать суждения;
- создавать условия для профессионального самоопределения обучающихся.

### **1.9.3. Воспитательные:**

Способствовать формированию качеств:

- упорство в достижении желаемых результатов, целеустремленность и собранность;
- терпение, умение доводить начатую работу до конца;
- уважение к интеллектуальной собственности.

## **1.9. Условия реализации программы**

### **1.9.1. Условия набора и формирования групп**

Занятия проводятся в разновозрастной группе. Группа комплектуется из учащихся 13–16 лет. Основное требование к предварительному уровню подготовки – наличие знаний в области химических и биологических дисциплин на уровне школьной программы, владение компьютером на пользовательском уровне.

### **1.9.2. Количество учащихся в группе**

15 человек в группе.

### **1.9.3. Особенности организации образовательного процесса**

В процессе реализации программы обучающиеся выполняют как самостоятельные, так и коллективные проекты, что способствует процессу творческого взаимодействия, через который развиваются коммуникативные навыки, гражданское сознание, толерантное отношение к людям, а также прививаются навыки профессиональной деятельности.

Тематическое и поурочное планирование осуществляется по принципу от простого к сложному. Для снижения учебных нагрузок для школьников выполнение домашних заданий не является обязательным.

При организации образовательного процесса педагог учитывает специфику конкретной учебной группы (успеваемость, творческая активность, предпочтения детей). Кроме выполнения работ под руководством педагога обучающимся предлагаются творческие проекты (метод проектов), а также проблемные задания для самостоятельного выполнения. На занятиях создается атмосфера, когда ребята свободно советуются, комментируют, помогают друг другу.

Удачные авторские находки обучающихся при выполнении практических работ выносятся на коллективный сравнительный анализ для мотивации творческой составляющей в процессе обучения.

Освоение программы или ее части может быть реализовано удаленно, путем организации образовательной деятельности в электронной информационно-образовательной среде, к которой предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет.

При дистанционном обучении теоретические занятия проводятся при обязательном онлайн-включении педагога и обучающихся. На практических дистанционных занятиях могут проводиться индивидуальные консультации. Педагог дополнительного образования подключается к платформе, обучающиеся могут заходить/выходить в течение всего занятия по мере необходимости. Педагог проводит работу с результатами тестов, проверяет задания, корректирует, комментирует ход работы, выполненные работы учащихся по электронной почте.

Режим занятий: 2 раза в неделю по 2 часа.

Образовательный процесс строится с учётом СанПиН 2.4.4.3172-14

#### **1.9.4. Формы проведения занятий**

В ходе образовательного процесса применяются различные формы организации деятельности обучающихся с обязательным лабораторным практикумом: инструктаж, опрос, беседа, диспут, демонстрация, самостоятельная работа, коллективный анализ, презентация работ, защита проектов, конкурс.

Кроме того, учебные занятия по программе или ее части могут быть проведены удаленно в форме онлайн-уроков, видеоконференций, вебинаров, онлайн-тестирования.

Занятия с использованием ПК проводятся с учетом требований СанПиН 2.4.4.3172-14.

Для профилактики утомляемости на каждом занятии применяются элементы здоровьесберегающих технологий (Комплексы упражнений физкультурных минуток, Комплексы упражнений физкультурных пауз –СанПиН 2.4.4.3172-14).

#### **1.9.5. Формы организационной деятельности**

Формами организации занятий являются групповая (теоретическая часть) и индивидуально-групповая (практическая часть).

#### **1.9.6. Воспитательная деятельность**

Одной из основных трудовых функций педагога дополнительного образования является организация досуговой деятельности обучающихся в процессе реализации дополнительной общеобразовательной программы, направленной на формирование благоприятного психологического климата в группе.

Воспитательный процесс в рамках реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы обеспечивается на каждом занятии в течение всего учебного года в ненавязчивой и доброжелательной форме: в виде бесед на темы общечеловеческих ценностей, этики межличностных отношений, профилактике асоциальных явлений, отношений старшего и младшего поколений, политической обстановки в мире и роли России в мировом сообществе. Проводятся профилактические беседы по предупреждению коррупционных составляющих в действиях обучающихся, профилактике террористических проявлений. При этом особое значение уделяется формированию позитивных взаимоотношений не только внутри коллектива группы, но и в

обществе.

В календарно-тематическом плане и содержании образовательной программы порядка 5% часов приходится на подготовку и проведение конференций, конкурсов, акций и других мероприятий на уровне объединения, образовательной организации, города. Учебно-воспитательные мероприятия проводятся согласно планам, составляемым ежегодно.

Участие в районных, городских и всероссийских мероприятиях, взаимодействие с профессионалами своего дела, возможность презентовать результаты своей работы обеспечивает развитие личности с активной жизненной позицией.

Для организации и проведения воспитательных мероприятий, привлекаются специалисты ГБНОУ «Академия цифровых технологий»: методист, тьютор, педагог-организатор, педагог-психолог.

#### **1.9.7. Материально-техническое обеспечение**

**Для проведения учебного процесса необходимы:**

- компьютерный класс с персональными компьютерами;
- лекционный класс;
- сетевое оборудование;
- выход в Интернет;
- акустические колонки;
- экран либо проектор.

**Программное обеспечение:**

- Microsoft Office;
- Adobe Illustrator; InDesign; Photoshop.

**Расходные материалы** (из расчета на группу 15 человек):

- бумага формата А4;
- канцелярские принадлежности;

#### **1.9.8. Кадровое обеспечение**

Согласно Профессиональному стандарту «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Реклама (WSR)» может работать педагог дополнительного образования.

С целью обеспечения высокого качества организации и реализации воспитательной деятельности в рамках реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы могут быть привлечены педагогические работники ГБНОУ «Академия цифровых технологий»: методисты, тьюторы, педагоги-организаторы, педагог-психолог).

## **1.10. Планируемые результаты**

### **1.10.1. Личностные**

**У обучающихся будут развиты:**

- упорство в достижении желаемых результатов, целеустремленность и собранность;
- терпение, умение доводить начатую работу до конца, уважение к исследовательскому труду;
- уважение к интеллектуальной собственности, ценностное отношение к коллективной научной деятельности.

### **1.10.2. Метапредметные**

**У обучающихся будут развиты:**

- интерес к гуманитарным наукам;
- исследовательские и изобразительные навыки, умение формулировать суждения;

### **1.10.3. Предметные**

**Обучающиеся будут знать:**

- основы планирования и проведения рекламной кампании;
- основы рекламы;
- свободное использование профессионального программного обеспечения;

**Обучающиеся будут уметь:**

- грамотно использовать оборудование;
- представлять результаты своей работы.

## 2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/ п	Наименование темы/раздела	Количество часов			Формы контроля
		Очно	Теория	Практика	
1.	Вводный курс	4	2	2	Опрос, практическое задание
2	Коммуникация с заказчиком	20	7	13	Опрос, практическое задание
3	Ключевые элементы РК	24	9	15	Опрос, практическое задание
4	SEO-Копирайтинг	12	4	8	Опрос, практическое задание
5	Графика и инфографика	20	8	12	Опрос, практическое задание
6	Планирование рекламной кампании	20	11	9	Опрос, практическое задание
7	Визуализация в интернет-среде	20	6	14	Опрос, практическое задание
8	Презентация	20	7	113	Практическое задание
9	Итоговое занятие. Годовой контроль	4		4	Тест
	Итого	144	54	90	



### **3. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА.**

#### **3.1. Особенности образовательного процесса**

В процессе реализации программы обучающиеся выполняют как самостоятельные, так и коллективные проекты, в том числе, взаимодействуя с другими объединениями на базе партнера, что способствует процессу творческого взаимодействия, через который формируются коммуникативные навыки, гражданское сознание, толерантное отношение к людям (в обществе), а также прививаются навыки профессиональной деятельности.

Тематическое и поурочное планирование осуществляется по принципу от простого к сложному. Для снижения учебных нагрузок для школьников выполнение домашних заданий не является обязательным

При организации образовательного процесса педагог учитывает специфику конкретной учебной группы (успеваемость, творческая активность, предпочтения детей). Кроме выполнения работ под руководством педагога обучающимся предлагаются творческие проекты (метод проектов), а также проблемные задания для самостоятельного выполнения. На занятиях создается атмосфера, когда ребята свободно советуются, комментируют, помогают друг другу.

Удачные авторские находки обучающихся при выполнении практических работ выносятся на коллективный сравнительный анализ для мотивации творческой составляющей в процессе обучения.

Освоение программы или ее части может быть реализовано удаленно, путем организации образовательной деятельности в электронной информационно-образовательной среде, к которой предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет.

Режим занятий: 2 раза в неделю по 2 часа.

Образовательный процесс строится с учётом СанПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарноэпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательной организации дополнительного образования детей» // Постановление Главного санитарного врача РФ от 04.07.2014 № 41.

#### **3.2. Задачи:**

##### **3.2.1. Обучающие:**

- обучить основам планирования и проведения рекламной кампании;
- обучить обработке и представлению результатов исследований в программных средствах;
- всесторонне подготовить обучающихся к выступлению на профильных чемпионатах;
- научить основам рекламы;
- научить грамотно использовать программное обеспечение.

##### **3.2.1. Развивающие:**

4. способствовать развитию интереса к гуманитарным наукам;
5. способствовать развитию исследовательских и изобразительных навыков, умения формулировать суждения;
6. создавать условия для профессионального самоопределения обучающихся.

##### **6.2.1. Воспитательные:**

Способствовать формированию качеств:

- упорство в достижении желаемых результатов, целеустремленность и собранность;
- терпение, умение доводить начатую работу до конца;
- уважение к интеллектуальной собственности.

### **3.3. Содержание программы**

#### **1. Введение.**

*Теория:* Инструктаж ТБ. Основы рекламы.

*Практика:* Работа с брифом.

#### **2. Коммуникация с заказчиком**

*Теория:* определение целей рекламной кампании (РК), проведение первичного анализа рынка, проведение первичного анализа конкурентной среды, определение и описание целевой аудитории (ЦА), создание брифа в табличной форме.

*Практика:* определение целей рекламной кампании (РК), проведение первичного анализа рынка, проведение первичного анализа конкурентной среды, определение и описание целевой аудитории (ЦА), создание брифа в табличной форме.

#### **3. Ключевые элементы РК.**

*Теория:* Определение задач рекламной кампании (РК), разработка плана рекламной кампании в соответствии с поставленными целью и задачами, определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги, распределение рекламного бюджета, указание потенциальных способов оценки эффективности РК

*Практика:* Определение задач рекламной кампании (РК), разработка плана рекламной кампании в соответствии с поставленными целью и задачами, определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги, распределение рекламного бюджета, указание потенциальных способов оценки эффективности РК, разработка инсайта/УТП/оффера (по выбору) для РК, разработка нейма и тестирование его на оригинальность. разработка слогана кампании и тестирование его на оригинальность, создание логотипа.

#### **4. SEO-Копирайтинг**

*Теория:* Подбор ключевых слов с максимальными показателями по тематике, составление текста рекламного сообщения для сайта, составление оригинального рекламного текста для SMM-продвижения, проверка текстов на оригинальность.

*Практика:* Подбор ключевых слов с максимальными показателями по тематике (не менее 8 словосочетаний), составление текста рекламного сообщения для сайта объемом не менее 400 знаков с выделенными ключевыми словами (не менее 8 словосочетаний). составление оригинального рекламного текста для SMM-продвижения, проверка текстов на оригинальность.

#### **5. Графика и инфографика**

*Теория:* Основы графического дизайна.

*Практика:* Работа в профессиональном программном обеспечении.

#### **6. Планирование рекламной кампании**

*Теория:* Разработка плана рекламной кампании в соответствии с поставленными целью и задачами, определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги, распределение рекламного бюджета, указание потенциальных способов оценки эффективности РК.

*Практика:* Разработка плана рекламной кампании в соответствии с поставленными целью и задачами, определение перечня способов и каналов продвижения торговой марки или товара/услуги, распределение рекламного бюджета, указание потенциальных способов оценки эффективности РК.

## 7. Визуализация в интернет-среде

*Теория:* Публикация мини-сайта в интернете, оптимизация макета для SEO-продвижения.

*Практика:* Создание мини-сайта с элементами графики и инфографики, анкерная ссылка на тематический ресурс в соц.сетях, указание активной локации (адрес, карта), инструмент целевого действия (например, кнопки), форма обратной связи или лидогенерации.

## 8. Презентация

*Теория:* Использование в презентации элементов анимации или видео (например, GIF), использование в презентации графики/инфографики.

*Практика:* Создание и защита презентации.

## 9. Итоговое занятие. Годовой контроль.

### 3.4.1. Личностные.

**У обучающихся будут развиты:**

- упорство в достижении желаемых результатов, целеустремленность и собранность;
- терпение, умение доводить начатую работу до конца, уважение к исследовательскому труду;
- уважение к интеллектуальной собственности, ценностное отношение к коллективной научной деятельности.

### 3.4.2. Метапредметные

**У обучающихся будут развиты:**

- интерес к гуманитарным наукам;
- исследовательские и изобразительные навыки, умение формулировать суждения;

### 3.4.3. Предметные

**Обучающиеся будут знать:**

- основы планирования и проведения рекламной кампании;
- основы рекламы;
- свободное использование профессионального программного обеспечения;

**Обучающиеся будут уметь:**

- грамотно использовать оборудование;
- представлять результаты своей работы.

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

### 4.1. УМК (методические и дидактические материалы).

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Формы занятий	Формы организации деятельности обучающихся	Приемы и методы организации учебно-воспитательного процесса	Дидактические материалы	Формы подведения итогов	
						Очно	Дистанционно
1.	Вводный курс	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос	Опрос
2.	Коммуникация с заказчиком	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание
3	Ключевые элементы РК	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание
4	SEO-Копирайтинг	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание
5	Графика и инфографика	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный,	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание

				самообучение.			
6	Планирование рекламной кампании	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание
7	Визуализация в интернет-среде	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание
8	Презентация	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Групповая, индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание
9	Итоговое занятие. Годовой контроль	Лекция, беседа, инструктаж, практическая работа	Индивидуальная, в рамках фронтальной	Объяснительно-иллюстративный, деятельностный, репродуктивный, самообучение.	Презентации, ЭОР, видео	Опрос, практическое задание	Опрос, практическое задание

## **4.2. Оценочные, диагностические материалы.**

Для отслеживания результативности образовательной и воспитательной деятельности по Программе проводятся: входная диагностика, текущий контроль, промежуточный контроль (промежуточная диагностика), итоговый контроль.

**Входная диагностика** – на первых занятиях проводится оценка уровня образовательных возможностей обучающихся к освоению Программы в форме анкеты.

**Текущий контроль** – оценка уровня и качества освоения тем Программы и личностных качеств обучающихся; проводится после изучения каждой темы. Текущий контроль проводится в форме опроса, практического задания после каждого пройденного раздела.

**Промежуточный контроль** проводится в конце первого полугодия и с целью выявления уровня усвоения Программы.

**Итоговый контроль** – оценка уровня и качества освоения обучающимися Программы по завершению обучения, проводится в конце года. Форма контроля: проводится в формате защиты проектов.

Результаты освоения дополнительной общеобразовательной программы за каждый год обучения фиксируются в документе «Приложение А».

Определить результативность освоения программы позволяет ряд диагностических методик: анкетирование, устные опросы учащихся, ведение диагностических карт уровня творческого развития ребенка, анализ результатов тестирования по пройденному материалу, результатов участия в различных мероприятиях, фестивалях, конкурсах и т.д..

Критерии результатов обучения и форма Диагностической карты представлены в «Приложении А».

## 5. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ.

- *Информационно – коммуникационная технология* – использование в процессе обучения компьютеров и сети Интернет
- *Проектная технология.* Метод проектов всегда ориентирован на самостоятельную деятельность обучающихся - индивидуальную, парную, групповую, ограниченную в течение определенного отрезка времени. Метод проектов всегда предполагает решение какой-то проблемы, предусматривающей, с одной стороны, использование разнообразных методов, средств обучения, а с другой - интегрирование знаний, умений из различных областей науки, техники, технологии, творческих областей. Результаты выполненных проектов должны быть «осязаемыми», т.е., если это теоретическая проблема, то конкретное ее решение, если практическая - конкретный результат, готовый к внедрению.
- *Технология развивающего обучения.* В технологии развивающего обучения ребенку отводится роль самостоятельного субъекта, взаимодействующего с окружающей средой. Это взаимодействие включает все этапы деятельности: целеполагание, планирование и организацию, реализацию целей, анализ результатов деятельности. Развивающее обучение направлено на развитие всей целостной совокупности качеств личности.
- *Педагогика сотрудничества.* Сотрудничество в отношениях учитель-ученик и ученик-ученик. Ученик – это полноправный субъект обучения.
- *Групповые технологии* - использование малых групп (3-7 человек) в образовательном процессе.
- *Традиционные технологии* - классно-урочная система для теоретических занятий.

## 6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

### Для обучающихся

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О рекламе» [Электронный ресурс] URL <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116655>
2. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2000. – 213 с.
3. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2007. – 736с.
4. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учеб. / В.И. Беляев. — М. : КНОРУС, 2005. – 456 с.
5. Бендина, Н.В. Маркетинг (конспект лекций). / Н. В. Бендина. – М.: «Приор-издат», 2005. – 215 с.
6. Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2006. – 271 с.
7. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М.: Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
8. Евстафьев, В.А. Введение в медиапланирование / В.А. Евстафьев, В.Н. Яссонов. – М.: Рой, 1998. – 260 с.
9. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. / Ф. Котлер; Пер.с англ. В. А. Гольдича и А. И. Оганесовой. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2001. – 272 с.
10. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Амстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 944с.
11. Маркетинг: Общий курс: Учебное пособие /Под ред. Н. Я. Калюжниковой, А. Я. Якобсона. – 2-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 795 с.
12. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Проф. Т. Н. Парамоновой. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008. – 360 с.
13. Медведева, Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 280 с.
14. Мильнер, Б.З. Теория организации: учебник. / Б.З. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 558 с.
15. Минько, Э.В. Маркетинг: учеб. пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 415 с.
16. Морозова, Н.С. Этапы планирования рекламной кампании. / Н.С. Морозова // Социально-гуманитарные знания. – 2010. — № 6 – С 34-39
17. Ноздрева, Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р.Б. Ноздрева, Л.И. Цыгичко. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 345 с.
18. Океанова, З. К. Маркетинг: учебник. / З. К. Океанова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 424 с.
19. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учеб. / А. П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2007. – 518 с.
20. Пименов, П.А. Основы рекламы / П.А. Пименов. – М.: Гардарики, 2006. – 399 с.
21. Ромат, Е.В. Реклама. / Е.В. Ромат. – СПб. : Питер, 2003. – 556 с.
22. Соловьев, Б.А. Маркетинг: Учебник. / Б. А. Соловьев. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 340с.
23. Сулягин, Ю.А. Реклама. Учебное пособие. / Ю. А. Сулягин, В. В. Петров – М., 2006. – 532 с.
24. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти. – СПб, 1999. – 270 с.



25. Аниськина Н.В. Языковые особенности и структура текста в радиорекламе/Н.В. Аниськина//Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. — 2010. — Т. 16. — № 1. — С. 69-73.
26. Антонов Л.В. Особенности предпринимательской деятельности на рынке рекламы/Л.В. Антонов //Социально-экономические явления и процессы/Л.В. Антонов. — 2011. — № 8. — С. 9-12.
27. Гордеева Н.В. Основы создания хорошего текста в радиорекламе/Н.В. Гордеева//Социально-экономические и технические системы: Исследование, проектирование, оптимизация. — 2007. — № 2. — С. 1.
28. Полукаров, В. Л. Телевизионная радиовещательная реклама / В. Л. Полукаров. — М.: Полипресс, 2010. — 124 с.
29. Ружников В.Н. От «Радиовестников» РОСТА до информационной программы «Маяк» // Ярошенко В. Н. Информационные жанры журналистики. М.: Знание, 2010. — С. 4-5
30. Смирнов В.В. Реклама на радио/В.В. Смирнов. — СПб.: Питер, 2012. — С. 13
31. Статкевич Е.А. Речевые стратегии и тактики современной радиорекламы//Е.А. Статкевич Омский научный вестник. — 2011. — № 95. — С. 212-215.
32. Ученова В. Реклама: палитра жанров/В. Ученова. — М.: Инфра-М, 2012. — С. 150.
33. Щепилова Г.Г. Критерии классификации радиорекламы/Г.Г. Щепилова //Медиаскоп. — 2010. — № 1. - С. 2-20.

#### Для педагогов

1. А.В. Финкельштейн и О.Б. Птицын Физика белка Москва 2002.
2. Molecular Mechanisms of Protein Folding (ed. By R.H. Pain). Oxford University Press, 2000, New York.
3. A. Fersht Structure and Mechanism in Protein Science. A Guide to Enzyme Catalysis and Protein Folding. W.H. Freeman & Co., 1999.
4. Molecular Chaperones in the Cell (Ed. By P. Lund). Oxford University Press, 2001, New York.
5. Н.К. Наградова Пространственный обмен доменами в гомоолигомерных белках и его функциональное значение. Биохимия т. 67, с.1013-1025, 2002.
6. Н.К. Наградова Сворачивание белков в клетке. О механизмах его ускорения. Биохимия т. 69, с. 1021-1037, 2004.
7. F.U. Hartl and M. Hayer-Hartl Molecular chaperones in the cytosol: from nascent chain to folded protein. Science, v. 295, pp. 1852-1858, 2002.
8. J.C. Young, V.R. Vishwas, K. Siegers and F.U.Hartl Pathways of chaperone-mediated protein folding in the cytosol. Nature Reviews | Molecular Cell Biology v.5, pp.781-791, 2004.
9. J.D. Wang, J.S. Weissman Thinking outside the box: new insights into the mechanism of GroEL-mediated protein folding. Nature Struct. Biol. v. 6, pp.597-600, 1999.
10. S. Normark Anfinsen comes out of the cage during assembly of the bacterial pilus. PNAS, v. 97, pp. 7670-7672, 2000.
11. S. Prakash and A. Matouschek Protein unfolding in the cell. Trends in Biochemical Sciences, v. 29, pp. 593-600, 2004.
12. Z. Kostova and D.H. Wolf For whom the bell tolls: protein quality control of the endoplasmic reticulum and the ubiquitin-proteasome connection. EMBO J., v. 22, pp. 2309-2317, 2003.

Таблица 1 Критерии оценивания результатов освоения программы.

Параметры		Уровни	Степень выраженности качества	Оценка параметров
Личностные	Мотивация (выраженность интереса к занятиям)	Высокий	Проявляет интерес и творческое отношение к изучаемым темам, стремится получить дополнительную информацию	3
		Средний	Интерес возникает к новому материалу, но не к способам его применения на практике	2
		Низкий	Интерес практически не обнаруживается	1
	Самооценка деятельности на занятиях	Высокий	Может самостоятельно оценить свои возможности в выполнении задания, учитывая изменения известных способов действия	3
		Средний	Может с помощью педагога оценить свои возможности в решении задания, учитывая изменения известных ему способов действий	2
		Низкий	Учащийся не умеет, не пытается и не испытывает потребности в оценке своих действий – ни самостоятельной, ни по просьбе педагога	1
	Ответственность и организованность	Высокий	Проявляет самостоятельность, пунктуальность и ответственность в подготовке к занятиям.	3
		Средний	Проявляет самостоятельность, но при подготовке к занятиям требуется внешняя стимуляция.	2
		Низкий	Уровень самостоятельности учащихся низкий, при подготовке к занятиям требуется постоянная внешняя стимуляция.	1
Метапредметные	Умение работать в группе	Высокий	Способен к сотрудничеству, умеет слушать педагога и партнера, легко приходит к согласию.	3
		Средний	Способен к сотрудничеству, но не всегда умеет аргументировать свою позицию и слушать партнера	2
		Низкий	В совместной деятельности не пытается договориться, не может прийти к согласию, настаивает на своем, конфликтует или игнорирует других	1
	Коммуникативная компетенция	Высокий	Проявляет умение передавать правильно свои мысли, чувства, эмоции.	3
		Средний	Обладает способностью передавать свои мысли и чувства, но иногда требуется внешняя стимуляция.	2
		Низкий	Обладает слабой способностью передавать свои мысли и чувства, постоянно требуется внешняя стимуляция.	1
Предметные	Общий культурный уровень	Высокий	Имеет высокий культурный уровень, способен к художественному и научному анализу	3
		Средний	Уверенно ведет и поддерживает беседу по теме	2
		Низкий	Не способен формулировать мысли	1
	Знание основ рекламы	Высокий	Уверенно справляется с заданиями чемпионата	3
		Средний	Имеет проблемы с некоторыми модулями	2
		Низкий	Путается в базовых понятиях	1
	Умение работать с информацией	Высокий	Способен искать информацию на русском и английском языках.	3
		Средний	Способен искать информацию на русском языке.	2
		Низкий	Испытывает сложности в поиске достоверных источников информации.	1



**Характеристика уровней**

22-27 баллов  
– высокий  
уровень  
16 - 21 баллов  
– средний  
уровень  
1 - 15 баллов  
– низкий  
уровень

**Итого в % соотношении (входной):**

Высокий уровень –  
  
Средний уровень –  
  
Низкий  
уровень –

**Итого в % соотношении (1 п/г):**

Высокий уровень – 0  
  
Средний уровень – 0  
  
Низкий уровень – 0

**Итого в % соотношении (2 п/г):**

Высокий уровень – 0  
  
Средний уровень – 0  
  
Низкий уровень – 0