

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Реклама становится неотъемлемой частью нашего общества, чем и обусловлена **актуальность данной программы**.

Реклама проникла практически во все сферы жизни людей и использует все возможные носители, чтобы донести до целевой аудитории необходимую информацию. И в этом вопросе необходимым атрибутом является качество выполняемой визуальной продукции. Все самые успешные международные и российские бренды используют графический дизайн как один из главных стратегических инструментов своего бизнеса. Они пользуются следующим очевидным, но часто игнорируемым фактором: на людей оказывает значительное влияние то, что они видят.

Процесс рекламного дизайна заключается в непрерывном поиске новых средств, которые могли бы привлечь внимание читателя и заинтересовать его в предмете рекламы. Дизайн – процесс творческий. Как говорит один специалист, творческий работник в области дизайна заимствует, накапливает, координирует и интерпретирует материалы, знания и мысли других дизайнеров, художников и свои собственные. Его стиль характеризуется цельностью взглядов и подходом к решению творческих проблем. Говоря о стиле в дизайне, надо сказать, что он определяется вкусом, сдержанностью и цельностью. Хороший стиль выдерживает одно настроение и одну тему вне зависимости от рекламируемого товара и клиента. Цель рекламы – убедить потребителя купить товар. Это главное всегда нужно помнить при формулировании идеи рекламы. Поэтому дизайнеру необходимо стремиться в первую очередь решать проблемы своего клиента, а не думать о призе на выставке. Забвение интересов клиента и увлечение чисто художественными проблемами уводит дизайнера от цели.

Хороший дизайнер рекламы должен обладать следующими качествами:

- ✓ уметь точно оформить эскиз, чтобы он был понятен клиенту;
- ✓ знать особенности влияния цветов, образов и иных особенностей оформления на потенциальных покупателей;
- ✓ владеть шрифтами;
- ✓ свободно владеть всеми принципами дизайна, создавать правильную и красивую компоновку;
- ✓ знать технологическую сторону вопроса и уметь добиваться большого эффекта при малых затратах;
- ✓ хорошо знать интересы рекламодателя.

Данная авторская дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Дизайнер по рекламе» разработана на основе личного опыта работы в отделе маркетинга РГУ имени С.А. Есенина, а также педагогического опыта и реализуется в МБУ ДО «МУЦ».

Настоящая программа составлена на основании нормативных документов и рекомендаций:

- ✓ Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" (часть 7 статья 73);

- ✓ Приказ Министерства просвещения Российской Федерации № 196 от 09.11.2018 г. «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- ✓ Письмо Минобрнауки России от 11.12.2006 г. № 06-1844 «О примерных требованиях к программам дополнительного образования детей».

Направленность программы: художественная.

Тип программы: модульная.

Срок реализации: 1 год.

Всего количество часов: 108 часов.

Режим занятий: 1 раз в неделю; 3 академических часа продолжительностью по 40 минут, 2 перемены по 10 минут.

Адресат программы: школьники 7-11-х классов (14-18 лет).

Состав группы: 12-14 человек (что позволяет педагогу уделять больше времени каждому обучающемуся и приближает процесс обучения к индивидуальному).

Одновременно в одной группе по программе со здоровыми детьми могут обучаться и дети с ОВЗ с различными диагнозами: с нарушением зрения, слуха, психики, опорно-двигательного аппарата, заболеваниями внутренних органов. «Особенные» дети через несколько занятий вполне могут справляться с заданиями наравне со здоровыми детьми, у них повышается самооценка и они чувствуют себя полноценными участниками группы.

Особенностью программы является то, что в группу зачисляются все желающие дети, не предусмотрен предварительный отбор. Обучение носит **модульный и индивидуализированный характер**, так как каждый ученик (в т.ч. дети с ОВЗ) имеет разный уровень подготовки. Для групп, состоящих только из детей с ОВЗ, программа специально адаптируется (упрощаются задания) в зависимости от характера заболевания, отклонения.

Программа состоит из 10 модулей:

1. Введение в специальность. Техника безопасности. Дизайн рекламы как вид художественного проектирования.
2. История рекламы.
3. Виды рекламы.
4. Художественные средства дизайна рекламы.
5. Эффективный дизайн рекламы.
6. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.
7. Firmenный стиль.
8. Базовые принципы рисования работы с изображениями в Adobe Photoshop.
9. Художественное конструирование печатной рекламы.
10. Разработка фирменного стиля в Adobe Photoshop.

Организацией деятельности обучающихся на занятиях является групповая и индивидуальная **формы работы**. Непосредственно **формы обучения** весьма разнообразны:

- лекции;
- беседы, дискуссии;
- просмотр рекламных роликов;
- практическая работа;
- просмотр презентаций;
- игры и викторины;
- работа в группах;
- участие в конкурсах;
- консультации;
- демонстрация педагогом приёмов выполнения поставленной задачи.

Формы практических заданий на занятии:

- подача и проверка теоретического материала с использованием игровых методик;
- отработка полученных навыков с помощью различных упражнений учебно-тренировочного характера;
- отработка навыков самостоятельной работы и работы в команде;
- создание отдельных элементов фирменного стиля;
- создание рекламных продуктов различной сложности и тематики;
- неоднократное повторение изученных приёмов и способов коррекции и обработки изображения и текста.

Еще одной *формой* образовательной деятельности является **самообразование** обучающихся, которое включает в себя самостоятельные не регламентирующиеся занятия учащихся дома в индивидуальном порядке.

Эта форма предполагает подготовку обучающимися домашних заданий по отработке навыков, освоенных на занятии вместе с педагогом, а также чтение соответствующей литературы, посещение тематических мероприятий или просмотр видеоматериалов с помощью различных коммуникационных носителей.

Доведение проекта (работы) до оптимального состояния требует кропотливого труда, поэтому, работая с группой, необходимо использовать дифференцированный подход в обучении – проводить отдельную работу с обучающимися.

В выборе наиболее целесообразных форм и методов учебно-воспитательной работы учитываются возрастные особенности учащихся, степень развития их мышления, эмоциональная отзывчивость, наличие познавательного интереса и задачи, которые стоят перед учащимся на каждом этапе.

В учебном процессе используются **современные формы и методы обучения**. Учебные занятия проводятся в компьютерных классах, что позволяет учащимся немедленно использовать полученные от педагога сведения, проверяя их на компьютере и выполняя индивидуальные задания.

Таким образом, нет явного разделения процесса обучения на теоретический курс и практические занятия. После прослушивания новой темы, учащиеся тут же выполняют индивидуальные задания для закрепления полученных знаний.

Организация каждого занятия строится по следующим этапам:

- 1) Организационная часть
 - a) приветствие;
 - b) тема занятия;
 - c) задачи;
 - d) организация рабочих мест.
- 2) Повторение пройденного материала
 - a) опрос;
 - b) викторины;
 - c) тесты;
 - d) практическая работа.
- 3) Новый материал
 - a) теория;
 - b) практическая (лабораторная) работа;
 - c) оперативный контроль;
 - d) закрепление (повторение изученного материала).
- 4) Заключительная часть
 - a) педагогический мониторинг;
 - b) подведение итогов;
 - c) обсуждение результатов;
 - d) домашнее задание.

Основные цели программы «Дизайнер по рекламе» – дать учащимся возможность изучить основы дизайна рекламы, её стратегию и тактику, приёмы и методы эффективности использования рекламы, освоить основы создания рекламной продукции, изучить возможности программ Adobe Photoshop и MS Publisher.

Задачи программы:

- 1) **Образовательные**
 - a) познакомить учащихся с последними тенденциями дизайна рекламы;
 - b) дать необходимый минимум теоретических знаний и практических навыков и умений учащимся общеобразовательных учреждений по программе «Дизайнер по рекламе»;
 - c) развить профессиональные навыки;
 - d) ознакомить с базовыми принципами рисования и редактирования изображений в Adobe Photoshop;
 - e) познакомить с основными принципами создания печатной продукции в MS Publisher.
- 2) **Личностные**
 - a) Способствовать формированию активной жизненной позиции, в частности в плане выбора профессии;
 - b) развить интерес к занятиям и профессии;

- c) развить навыки сотрудничества с педагогом и сверстниками;
- d) формировать культуру поведения на занятиях и мероприятиях массового характера.

3) **Метапредметные**

- a) формировать и развивать компетентность в области использования информационно-коммуникационных технологий;
- b) развивать 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;
- c) развивать владение основами самоконтроля, самооценки, принятия решений и осуществления осознанного выбора в учебной и познавательной деятельности;
- d) обучить созданию схем и моделей для решения различных познавательных или учебных задач.

Предлагая вниманию учащихся новый материал, педагог использует наглядные пособия, демонстрирует приёмы выполнения поставленной задачи, беседует с учащимися.

В конце учебного года предусмотрена итоговая аттестация в форме защиты творческого проекта.

II. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

По окончании обучения обучающиеся (в т.ч. дети с ОВЗ) должны достичь определённых результатов в **предметной** области:

иметь представление:

- ✓ о роли и месте данной профессии в современном обществе;
- ✓ об основных принципах и инструментах создания рекламного продукта;

знать:

- ✓ цели, задачи и функции рекламы;
- ✓ особенности восприятия рекламы, методы привлечения внимания к рекламе;
- ✓ основы дизайн-композиции рекламной продукции;
- ✓ правила написания рекламных текстов и слоганов;
- ✓ основы фирменного стиля организации и его элементов;
- ✓ основные принципы создания уникального торгового предложения;
- ✓ особенности воздействия цвета, контраста и других элементов дизайна на человека;
- ✓ основы художественного конструирования печатной рекламы;
- ✓ основные виды рекламы;

- ✓ базовые принципы рисования и редактирования изображений в Adobe Photoshop;
- ✓ основные принципы создания печатной продукции в MS Publisher;

уметь:

- ✓ создавать иллюстрации;
- ✓ создавать дизайн полиграфической продукции;
- ✓ пользоваться основными инструментами, выполнять цветовые коррекции изображений в программе Adobe Photoshop;
- ✓ выполнять обработку, восстановление фотографий;
- ✓ пользоваться инструментарием программы MS Publisher;
- ✓ разрабатывать логотипы и фирменные стили;
- ✓ рисовать и проявлять художественное творчество, в том числе с использованием ПК.

Личностные результаты:

- ✓ активная жизненная позиция, в частности в плане выбора профессии;
- ✓ интерес к занятиям и профессии;
- ✓ навыки сотрудничества с педагогом и сверстниками;
- ✓ участие в жизни группы и учреждения;
- ✓ культура поведения на занятиях и мероприятиях массового характера.

Метапредметные связи:

- ✓ психология;
- ✓ социология;
- ✓ история искусства;
- ✓ изобразительное искусство;
- ✓ декоративно-прикладное искусство;
- ✓ русский язык;
- ✓ история;
- ✓ обществознание;
- ✓ литература.