

Специальность	Специальность: 38.02.04. Коммерция (по отраслям)
Наименование	Методическая разработка Методика проведения практического занятия с использованием проектной технологии по дисциплине «Маркетинг» Тема: «Продвижение товаров: реклама»
Автор(ы)	Топорков Александр Леонидович
Организация-разработчик	ГБПОУ Самарской области «Технологический колледж им. Н. Д. Кузнецова».
Рецензент(ы)	Адушева Анастасия Юрьевна Старикова Татьяна Евгеньевна
Аннотация	Проектная технология проведения практического занятия позволяет преподавателю комплексно решать дидактические, воспитательные и развивающие цели; позволяет студентам углубить теоретические знания, знания инструментария маркетинга; позволяет развивать маркетинговое мышление.

## Пояснительная записка

Автор: Топорков Александр Леонидович

Учебное заведение: ГБПОУ «ТК им. Н. Д. Кузнецова»

Объем работы: 21 лист.

Работа посвящена методике проведения практического занятия с использованием проектной технологии.

Метод проектов способствует развитию познавательных навыков студентов, критического и творческого мышления, умения самостоятельно конструировать свои знания, ориентироваться в информационном пространстве.

Проектная технология проведения практического занятия позволяет преподавателю комплексно решать дидактические, воспитательные и развивающие цели; позволяет студентам углубить теоретические знания, знания инструментария маркетинга; позволяет развивать маркетинговое мышление.

Эта форма урока вызывает у студентов интерес к творческой работе, воспитывает любовь к своему учебному заведению, чувство ответственности за его дальнейшее существование, формирует профессиональные качества, необходимые специалисту в условиях рыночной экономики.

Урок интересный, продуктивный. Позволяет студентам активизировать ум, настраивает на поиск оптимальных решений, снижает напряжение.

## Содержание

1. Цель составления методической разработки.
2. Теоретическое обоснование.
3. Методика подготовки.
4. Методика проведения.
5. Используемая литература.
6. Приложения.

## 1. Цель составления методической разработки

Показать методику проведения практического занятия с использованием проектной технологии.

Такая форма проведения практического занятия может использоваться в рамках одной учебной дисциплины (монопредметные проекты), а также при изучении конкретной дисциплины, но на основе активного использования материалов других дисциплин (межпредметные проекты).

## 2. Теоретическое обоснование

Инновационные процессы в современном образовании связаны с поисками путей трансформации традиционного обучения в продуктивное обучение, основанное на организации активной творческой, исследовательской деятельности обучающихся по созданию конкретного продукта.

Продуктивное обучение видит своей целью подготовку специалиста, умеющего не просто вписаться в окружающий мир, но и активно действовать в нем; приобретающего в процессе обучения опыт решения различных социальных и производственных проблем.

Наиболее эффективной технологией, обеспечивающей продуктивное обучение студентов, является технология учебного проектирования, т.е. организация обучения в процессе активной поисковой деятельности, направленной на решение конкретной практической проблемы.

Основным мотивом данной деятельности для обучающихся становится не столько сам процесс познания, сколько стремление решать конкретную проблему, разработать необходимые рекомендации, которые будут использованы на практике. При этом ценность проекта определяется его образовательным, развивающим и воспитательным потенциалом; возможностью включить обучающихся в самые разнообразные виды деятельности, обеспечивающие не только расширение их кругозора, жизненного опыта, но и овладение различными способами творческой, исследовательской деятельности.

Проектная технология значительно изменяет и позицию преподавателя. Из авторитарного руководителя урока он превращается в организатора исследовательской деятельности, консультанта и помощника.

Его задачами становятся: компетентное системное руководство студентами, оказание им поддержки на всех этапах работы. В задачи преподавателя входят также: координация всего процесса работы над

проектом, осуществление обратной связи, коррекция поисковой деятельности студентов, организация итогового обсуждения и защиты проекта.

Проектная технология получила в настоящее время широкое распространение в различных предметных областях.

Популярность проектной технологии, как среди студентов, так и среди преподавателей и ее перспективность объясняется, прежде всего, тем, что проектное задание непосредственно связывает процесс овладения определенным предметным знанием с реальным использованием этого знания.

Актуальность проектной технологии будет возрастать, так как будет увеличиваться поток информации.

### 3. Методика подготовки

За две недели до начала учебного занятия перед студентами ставится проблема - привлечь дополнительных потенциальных абитуриентов для поступления в колледж. Для их привлечения нужно разработать текст письма для прямой почтовой рекламы.

Основная задача преподавателя на данном этапе – вывести студентов на осознания проблемы, создать мотивацию к ее решению и получению конкретного результата – продукта учебного проектирования.

Преподаватель называет возможные источники информации.

Студенты в неурочное время изучают материалы о колледже, условия приема в колледж из разных источников, правила составления рекламного письма. Преподаватель корректирует поисковую деятельность студентов.

Подготовка преподавателя к проведению урока включает в себя следующие элементы:

- определение целей и задач практического занятия;
- планирование содержания и структуры занятия.

#### 4. Методика проведения

*План урока:*

*Тема:* Продвижение товаров: реклама.

*Тип занятия:* Урок закрепления знаний, выработки умений и навыков.

*Метод проведения:* Метод проектов.

*Цели занятия:*

*Дидактическая цель:* Углубить теоретические знания, знания инструментария маркетинга; умение самостоятельно конструировать свои знания, ориентироваться в информационном пространстве; умение анализировать рекламные тексты, составлять текст письма прямой почтовой рекламы.

*Развивающая цель:* Способствовать развитию познавательных навыков студентов, критического и творческого мышления, формирование профессиональных качеств, необходимых специалисту в условиях рыночной экономики, тренировка интуиции.

*Воспитательная цель:* Воспитывать интерес к творческой работе, любовь к своему учебному заведению, чувство ответственности за его дальнейшее существование.

*Межпредметные связи:* Русский язык и культура речи, литература, ДОУ, социальная психология.



*Внутрипредметные связи:* Темы: «Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации», «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара», «Продвижение товаров: пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа».

*Обеспечение урока:* Рекомендации по составлению текста рекламного письма, правила рекламы, образцы рекламных объявлений о колледже и образцы рекламных писем, инструкционные карты, конверты.

### Методика проведения занятия

#### 1. *Организация начала урока.*

Преподаватель проверяет готовность аудитории к занятию, обращает внимание на порядок на столах, отмечает отсутствующих, выясняет причины их отсутствия.

#### 2. *Сообщение темы и цели занятия.*

Преподаватель объявляет тему и цели урока, ход урока.

#### 3. *Актуализация знаний путем фронтального опроса.*

Вопросы:

1. Какие виды продвижения товаров вам известны?
2. Что такое реклама?
3. Какие этапы необходимо пройти при разработке темы рекламной кампании?

4. Назовите виды рекламы?

5. Что такое рекламный слоган и для чего он нужен?

6. Какие теории человеческой мотивации вам известны?

Коротко их охарактеризуйте.

7. Влияет ли цвет на потребительский выбор?

Докажите примером.

8. В каком стиле могут быть составлены тексты рекламных сообщений?

После ответа на каждый вопрос преподаватель предлагает студентам дополнить (если ответ не полный) или указать ошибки.

#### 4. *Подведение итогов опроса*

Преподаватель подводит итоги опроса, отмечает активность студентов, хорошие и плохие ответы, при необходимости дает необходимую информацию.

#### 5. *Мотивация.*

Преподаватель подчеркивает, что в настоящее время число абитуриентов во всех учебных заведениях сократилось. Поэтому учебные заведения должны проводить активную рекламную кампанию. «Перед вами стоит проблема: привлечь как можно больше потенциальных абитуриентов. Для их привлечения вам нужно разработать индивидуальный проект: текст письма прямой почтовой рекламы».

#### 6. *Самостоятельное выполнение заданий.*

##### *Задание 1.*

Чтобы не допустить возможных ошибок при разработке текста письма прямой почтовой рекламы необходимо изучить рекомендации по составлению рекламных писем и правила рекламы (приложение).

##### *Задание 2.*

Проанализировать текст письма, разосланного домовладельцам, с предложением услуг по разведению садов (инструкционная карта).

При анализе текста письма указать:

- какую информацию может подчеркнуть получатель данного письма о предлагаемой услуге;
- какие ошибки были допущены.

### *Задание 3.*

Разработка индивидуального проекта - текста письма прямой почтовой рекламы для первоначальной и повторной рассылки (тема: рекламирование своего учебного заведения).

*Критерии оценки проекта:*

- обоснованность актуальности темы проекта и предлагаемых решений;
- объем, полнота разработки, самостоятельность, законченность;
- уровень творчества, оригинальность раскрытия темы;
- дизайн, стиль, структура текста,
- качество доклада;
- проявление глубины и широты по излагаемой теме.

7. *После завершения работы каждый студент готовит доклад для защиты своего проекта на 2-3 минуты.*

Преподаватель предлагает 3-4 студентам представить свой проект. Проекты оценивают с учетом критериев, указанных выше.

8. *Подведение общих итогов.*

Преподаватель отмечает наиболее удачные проекты. Выставляет оценки с учетом выполненных предыдущих заданий и ответов на теоретические вопросы.

9. *Домашнее задание:*

Повторить материал темы: «Продвижение товаров: реклама».

## Используемая литература

1. Котлер Ф. Основы маркетинга – М.: Прогресс, 2019.
2. Крылова Г. Д. , Соколова М. И. Практикум по маркетингу: Учебное пособие, под ред. акад. А, Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2020.
3. Основы предпринимательской деятельности. (Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент.) Под ред. Власовой В. М. – М.: Финансы и статистика, 2019.