

**БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ
«ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**



**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа
«Мир скидок, бонусов и рекламных акций»**

Рассмотрена на заседании ПЦК
Протокол № 10 от «22» февраля 2022 г.

Одобрено педагогическим советом
Протокол № 4 от «25» февраля 2022 г.

Возраст обучающихся: 16-17 лет
Срок реализации: 1 месяц (20 часов)
Направленность программы: финансовая грамотность
Авторы-составители программы:
Кудашова Наталья Борисовна,
преподаватель

г. Череповец
2022 г.

1. Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная обще развивающая программа «Мир скидок, бонусов и рекламных акций» (далее - Программа), имеет социально-гуманитарную направленность, рассчитана на 1 месяц (20 часов) и предназначена для учащихся в возрасте 16-17 лет. Программа очно-заочная с применением дистанционных технологий.

Программа составлена в соответствии с:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в РФ»;

- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 ноября 2018г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».

Изучение специального курса «Мир скидок, бонусов и рекламных акций» обеспечивает формирование у обучающихся экономической грамотности, практической направленности знаний и предпринимательских компетенций, а также способствует возникновению мотивации к применению полученных знаний в сфере реального бизнеса, способности к самообразованию и самопознанию. Полученные знания помогут учащимся грамотно распределять доходы, определять выгоду от применения скидок, и участие в рекламных акциях.

Актуальность:

Актуальность программы обоснована тем, что государство заинтересовано в повышении уровня потребительской культуры и функциональной финансовой грамотности обучающихся. Оно связано с необходимостью формирования у обучающихся экономических, правовых компетенций, а также воспитания ответственности при принятии решений, повышения социальной и экономической активности.

Отличительные особенности программы:

Особенностью является интеграция курса с информатикой и коммуникативными технологиями, так как в ходе занятий некоторые темы осваиваются практически, с применением программ Excel (например, для построения прогноза выгоды скидок или бонусов). Также используются современные интернет-технологии.

Актуальность программы определяется интересом обучающихся к процессам, происходящим в мировой экономике, стремлением обучающихся овладеть экономическими специальностями в лучших ВУЗах страны, где готовят квалифицированных специалистов, способных эффективному принятию решений в сфере экономики.

Для обучающихся данная программа дает возможность получить знания по финансовой грамотности, что в современном мире необходимо. Экономическая и финансовая грамотность становятся неотъемлемой частью культурологической составляющей личности, гражданина.

Педагогическая целесообразность данной программы определяется социальной значимостью и направленностью на организацию практико-ориентированной, проектно-исследовательской деятельности обучающихся.

Настоящая программа раскрывает содержание общего курса экономических знаний, который включает в себя как необходимые представления о современных экономических системах и основах хозяйственной деятельности, так и умения обучающихся, а также основные критерии (ориентиры) подготовки социально адаптированной личности.

Особенности организации образовательного процесса:

Условия набора детей: в группу принимаются все желающие заниматься в данном объединении на основании письменного заявления родителей.

Набор детей в группы проводится в любом месяце, кроме июля и августа.

В ходе занятий по программе «Мир скидок, бонусов и рекламных акций» учащиеся будут изучать основы экономической деятельности основных хозяйствующих субъектов,

также познакомятся с основными целями и принципами применения и расчета скидок и проведение рекламных акций. Практическая часть занятий помогут учащимся в ориентировании и расчёте рекламных акций.

В работе планируется использовать в качестве примеров расчет ценообразования реальных сценариев скидок, бонусов, акций. Во время проведения теоретического блока занятия важное место занимает изучение политики ценообразования крупных розничных сетей. Такие «иллюстрации» позволяют максимально расширить знания учащихся, а также повысить мотивацию к дальнейшей работе в предпринимательской среде.

Цель Программы: Развитие навыков финансовой грамотности и ориентирование в политике ценообразования.

Задачи программы:

- Сформировать у учащихся представление о политике ценообразования как об эффективном инструменте формирования прибыли РТС (*розничной торговой сети*);
- Обучить методам планирования, различным инструментам планирования;
- Научить способам составления сценариев скидок, бонусов, рекламных акций.
- Привить навыки чтения и анализа современной экономической литературы и информации;
- Развивать с помощью тренингов и упражнений наблюдательность и внимание к мелочам;
- Прививать навыки работы в команде;
- Развивать способность оценивать ресурсы и возможные риски.
- Сформировать социальное мировоззрение через изучение политики РТС;
- Воспитание активной жизненной позиции у учащихся.

2. Учебный план

№	Тема занятия	Кол-во часов	Теория	Практика
1.	Вводное занятие	1	1	-
2.	Классификация и основные понятия сценариев скидок, бонусов, рекламных акций	2	2	-
3.	Методы ценообразования	2	1	1
4.	Методы расчета цен для сценария скидок	2	-	2
5.	Расчет сценария бонусов	1	-	1
6.	Ценообразование рекламных акций и способы применения в РТС	4	2	2
7.	Использование разных сценариев для увеличения выгодности продаж товаров	5	2	3
8.	Презентация финального проекта	3	-	3
Итого:		20	8	12

3. Содержание программы

I. Вводное занятие

Техника безопасности. Структура программы, цели и задачи курса.

II. Классификация и основные понятия сценариев скидок, бонусов, рекламных акций

Теория: Понятие скидок, бонусов и рекламных акций. Практическая значимость сценариев. Организационные технологии.

Практика: Формирование навыков применения условий ценообразования. Целью тренинга является выработка навыков определения скидок, бонусов и рекламных акций по классификациям.

III. Методы ценообразования

Теория: Типы методов ценообразования и конкурентные преимущества. Структура расчета цен, применение налогов.

Практика: Игровая ситуация, в процессе которой происходит закрепление изученного теоретического материала. Деловая игра состоит из нескольких этапов, каждый из которых – отдельный шаг на пути создания собственного проекта сценария. Составление расчета собственного проекта применения скидок, бонусов и акций в РТС. Освоение технологии расчета дохода от использования скидок.

IV. Методы расчета цен для сценария скидок

Теория: Законодательство РФ о ценообразовании. Определение методов расчета цен при использовании скидок. Изучение системы применения скидок под влиянием разных факторов.

Практика: Сбор и анализ информации по рынку выбранного товара/услуги. Анализ сценариев скидок у конкурентов.

V. Расчет сценария бонусов

Теория: Установление цены на товар от применения сценария бонусов.

Практика: Расчет эффективности бонусов в зависимости разных факторов.

VI. Ценообразование рекламных акций и способы применения в РТС

Теория: Изучение методов расчета рекламных акций. Классификация сценариев акций от условий их применения. Факторы влияния на применение сценариев и эффективность их применения.

Практика: Разработка плана сценария рекламной акции.

VII. Использование разных сценариев для увеличения выгодности продаж товаров

Теория: Определение эффекта от использования сценариев скидок, бонусов, рекламных акций. Формирование системы оценки выгодности скидок, бонусов и участия в акциях. Изучение этапов планирования сценария для увеличения выгодности продаж товаров.

Практика: Разработка организационного плана.

VIII. Презентация финального проекта

Защита готовых проектов.

4. Планируемые результаты

В результате реализации данной программы учащиеся будут знать/понимать:

-понятия и определения из раздела экономической науки «ценообразование» и повысят свою финансовую грамотность;

-методы и инструменты разработки сценариев скидок, бонусных программ и рекламных акций;

-основные методы и этапы применения скидок, бонусов и рекламных акций.

учащиеся будут уметь:

-давать характеристику методам формирования сценариев;

-применять методы и инструменты ценообразования и применения налогообложения на расчет цен товаров/услуг;

-работать в команде, находить способы эффективного взаимодействия с коллегами;

-самостоятельно составлять структуру введения скидок, бонусов и акций для продвижения товаров/услуг;

-грамотно принимать решение о эффективности проекта.

у учащихся будет:

-воспитана жизненная позиция, основанная на социальном мировоззрении и знании этики бизнеса;

сформировано понятие:

-о социальном мировоззрении и этике ведения бизнеса, о гражданском обществе и гражданской позиции с опорой на законодательство РФ

-о предпринимательстве, уверенность распределения информационного потока по уровням полезности.

5. Календарный учебный график

№	Тема занятия	Дата проведения	Количество часов			Форма занятия	Форма аттестации
			всего	теория	практика		
Вводное занятие (1ч)							
1.	Вводное занятие Инструктаж по ТБ		1	1	-	Техника безопасности. Структура программы объединения, цели и задачи курса.	Наблюдение Опрос
Классификация и основные понятия сценариев скидок, бонусов, рекламных акций (2ч)							
2.	Классификация и основные понятия сценариев скидок, бонусов, рекламных акций		2	2	-	Теория: Понятие скидок, бонусов и рекламных акций. Практическая значимость сценариев. Организационные технологии.	Проверка использования понятий в составлении структуры сценариев
Методы ценообразования (2ч)							
3.	Структура расчета цен, применение налогов.		2	1	1	Теория: Типы методов ценообразования и конкурентные преимущества. Практика: Составление расчета собственного проекта применения скидок, бонусов и акций в РТС. Освоение технологии расчета дохода от использования скидок.	Проверка составления этапов расчета цен с условием сценария скидок, бонусов, акций.
Методы расчета цен для сценария скидок (2ч)							
4.	Определение методов расчета цен при использовании скидок.		2	-	2	Практика: Сбор и анализ информации по рынку выбранного товара/услуги. Анализ сценариев скидок у конкурентов.	Проверка понятия системы применения скидок под влиянием разных факторов.
Расчет сценария бонусов (1ч)							
5.	Установление цены на товар от применения сценария бонусов.		1	-	1	Практика: Расчет эффективности бонусов в зависимости разных факторов.	Проверка сценария применения бонусов.
Ценообразование рекламных акций и способы применения в РТС (4ч)							
6.	Классификация сценариев акций.		4	2	2	Теория: Изучение методов расчета рекламных акций. Классификация сценариев акций от условий их применения. Факторы влияния на применение сценариев и эффективность их применения. Практика: Разработка плана сценария рекламной акции.	Проверка наличия плана рекламной акции.

Продолжение таблицы

Использование разных сценариев для увеличения выгодности продаж товаров (5ч)							
7.	Формирование системы оценки выгодности скидок, бонусов и участия в акциях.		5	2	3	Теория: Определение эффекта от использования сценариев скидок, бонусов, рекламных акций. Изучение этапов планирования сценария для увеличения выгодности продаж товаров. Практика: Разработка организационного плана.	Проверка наличия анализа эффективности и сценария.
Презентация финального проекта (3ч)							
8.	Презентация финального проекта.		3	-	3	Практика: Индивидуальное выступление обучающихся	Защита проектов
Итого:			20	8	12		

6. Условия реализации программы

Для занятий необходимо отдельное помещение. Занятия проходят в кабинете, который полностью оснащен необходимой мебелью, доской. Условия для занятий соответствуют санитарно-гигиеническим нормам. Кабинет оснащен компьютером с доступом в сеть Интернет, проектором, что позволяет использовать для занятий видеофильмы, презентации.

Кадровое обеспечение: для реализации программы задействован один педагог, высшей категории, с экономическим образованием.

7. Формы аттестации

Текущий контроль образовательного процесса – самооценка и анализ основных частей сценария по мере его создания и оформления. Текущий контроль осуществляется в течение учебного года путем наблюдения за работой учащихся. Текущий контроль позволяет определить степень усвоения учащимися учебного материала и уровень их подготовленности к занятиям, повышает ответственность и заинтересованность в обучении. Выявление отстающих и опережающих обучение учеников позволяет своевременно подобрать наиболее эффективные методы и средства обучения.

Промежуточная аттестация проводится в декабре и осуществляется в виде защиты сценария скидок, бонусов и рекламных акций.

Объектами контроля являются:

- знания, умения, навыки по программе;
- уровень и качество реализуемых исследовательских проектов;
- степень самостоятельности учащихся.

Кроме того, в процессе реализации программы, обучающиеся смогут принять участие в ежегодных олимпиадах по финансовой грамотности и онлайн уроках, с целью саморазвития и самореализации, а также развития у обучающихся учебной мотивации. Для успешной реализации программы используются как индивидуальные, так и групповые формы работы.

8. Оценочные материалы

Формами проверки теоретических знаний и практических навыков учащихся могут быть:

- устные ответы учащихся в виде презентаций этапов;
- тренировочные упражнения;
- практические задания;
- сценарий как главный практический результат работы над программой.

9. Методические материалы

Организация образовательного процесса происходит в очно-дистанционной форме с применением дистанционных технологий, в группе 20-25 человек.

Методы обучения, используемые педагогом во время проведения занятий:

-словесный (устное изложение, беседа, рассказ, лекция и т.д.);
-наглядный (показ видео и мультимедийных материалов, иллюстраций, наблюдение, показ педагогом и выполнение работы по образцу и др.);
-практический (тренинги, деловые игры).

Принципы обучения при реализации образовательной программы:

Принцип наглядности — широкое использование наглядного материала – схем, готовых структур сценариев;

Принцип системности и последовательности – обучение ведётся от простого к сложному, с постепенным усложнением поставленных задач;

Принцип доступности – материал даётся в доступной для детей форме, возможен вариант игры, викторины, коллективной работы.

Принцип научности – всё обучение ведётся с опорой на учебную литературу, опыт педагога, проверенные временем методы и технологии.

Дифференцированный и индивидуальный подход – педагог внимательно следит за успехами каждого из детей, подбирая более удобную систему подачи материала и практических занятий, опираясь на возрастные и индивидуальные особенности каждого ребенка.

Методы, в основе которых лежит форма организации деятельности учащихся на занятиях:

- фронтальный – одновременная работа со всеми учащимися;
- индивидуально-фронтальный – чередование индивидуальных и фронтальных форм работы;
- групповой – организация работы в группах;
- индивидуальный – индивидуальное выполнение заданий, решение проблем.

10. Список литературы

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник. 3-е изд.- М.: Дашков и К, 2018. 328 с.
2. Беквит Г. Без раздумий. Скрытие силы, заставляющие нас покупать. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 232 с.
3. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Учебное пособие, 4-е изд. – М.: Дашков и К., 2018. 310 с.
4. Колотилов Е. Не давайте скидок. Современные техники продаж. – СПб: Питер, 2017. 192 с.
5. Микалко М. Игры для разума. Тренинг креативного мышления. СПб, 2009, 448 с. 6.
Попов В.М. Бизнес-планирование. Учебник. М., 2018, 816 с.
6. Нордфалт Й. Ритейл-маркетинг. Практики и исследования. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 512 с.
7. Норка Д. Экспертные продажи. – М.: Альпина Паблишер, 2018. 334 с.
8. www.docs.ctnd.ru – Электронный фонд нормативной документации
9. www.marketch.ru – Записки маркетолога. Классификация скидок

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Примерное тестовое задание для промежуточной аттестации

1. Как называются скидки не связанные с текущими сделками?
 - а. маркетинговая скидка;
 - б. сбытовые скидки;
 - в. логистические скидки.
2. Какие скидки влияют на финансовые потоки предприятия?
 - а. маркетинговая скидка;
 - б. сбытовые скидки;
 - в. логистические скидки.
3. Какие скидки устанавливает производитель в рамках рекламы продвижения товара?
 - а. дилерская скидка
 - б. функциональная скидка
 - в. скрытая скидка
4. Какая скидка предоставляется постоянным представителем бренда?
 - а. дилерская скидка
 - б. функциональная скидка
 - в. скрытая скидка
5. Какая скидка уменьшается во времени к началу сезона продаж?
 - а. сервисная скидка
 - б. функциональная скидка
 - в. скрытая скидка
6. Какие скидки относятся к поощрению продаж?
 - а. сервисная скидка
 - б. скидка нового товара
 - в. скрытая скидка
7. Что предоставляют постоянным покупателям?
 - а. скидка нового товара
 - б. скидка по прайс-листу
 - в. скрытая скидка
 - г. бонусы
 - д. а,б
 - е. б,г
 - ж. а,в
8. Какая скидка отражает соразмерное уменьшение цены для покупателей, закупающих большие количества одного вида товара?
 - а. скидка за объем
 - б. скидка за единице
 - в. скрытая скидка
9. На какой вид скидок влияет время или сроки оплаты?
 - а. скидка за наличные
 - б. скидки за бонусы
 - в. скидки за кредит
10. Какую скидку может предоставить производитель за серийный заказ?
 - а. дилерская скидка
 - б. прогрессивная скидка
 - в. скрытая скидка
11. Кому предоставляется скидка за ускорение оплаты за товар?
 - а. заемщику
 - б. покупателю
 - в. кредитору
12. Какую скидку могут предоставить за приобретение товара сезонного спроса вне периода года, для которого они предназначены?
 - а. скидка при комплексной закупке
 - б. скидка за возврат ранее купленного товара
 - в. внесезонная скидка

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Внешняя оценка сформированных компетентностей

Компетентность	Содержание действий	Баллы
Учебная активность	– активность отсутствует; – пассивен на занятиях, часто дает неправильные ответы или не отвечает совсем, переписывает готовое с доски;	3
	активность кратковременная, часто отвлекается, не слушает; – редко принимает участие в обсуждении, но отвечает преимущественно верно	4
	-стремится отвечать, работает со всей группой, чередуются положительные и отрицательные ответы; – активно работает на всех занятиях, часто поднимает руку, отвечает преимущественно верно, стремится отвечать.	5
	- не проявлены вышеуказанные характеристики	2
Целеполагание	-плохо различает учебные задачи разного типа, отсутствует реакция на новизну задачи, нуждается в постоянном контроле со стороны учителя, не может ответить на вопросы о том, что сделал или собирается сделать; – осознает, что надо делать в процессе решения практической задачи, в теоретических задачах не ориентируется;	3
	– принимает и выполняет только практические задачи, в отношении теоретических задач не может осуществлять целенаправленные действия; – охотно осуществляет решение познавательной задачи, регулирует процесс выполнения, четко может дать отчет о своих действиях после принятого решения.	4
	– столкнувшись с новой практической задачей, самостоятельно формулирует познавательную цель и строит деятельность в соответствии с ней; – самостоятельно формулирует познавательные цели, выходя за пределы требований программы, выдвигает содержательные гипотезы.	5
	не проявлены вышеуказанные характеристики	2
Публичное выступление	- соблюдает нормы публичной речи и регламент; - готовит план выступления на основе заданных целей, целевой аудитории и жанров выступления; - использует паузы для выделения смысловых блоков своего выступления; - работает с вопросами, заданными на уточнение и понимание.	3
	- соблюдает нормы публичной речи и регламент; - использует вербальные средства (средства логической связи) для выделения смысловых блоков своего выступления; - использует невербальные средства или наглядные материалы, подготовленные \ отобранные под руководством педагога; - работает с вопросами, заданными на развитие темы	4
	- соблюдает нормы публичной речи и регламент; - применяет в своей речи логические \ риторические приемы \ приемы обратной связи с аудиторией; - самостоятельно готовит \ отбирает адекватные коммуникативной задаче наглядные материалы и использует их для повышения эффективности коммуникации; - работает с вопросами на дискредитацию позиции.	5
	не проявлены вышеуказанные характеристики	2
Продуктивная групповая коммуникация	- обучающиеся самостоятельно следуют заданной процедуре группового обсуждения; - обучающиеся разъясняют свою идею, предлагая ее, или аргументируют свое отношение к идеям других членов группы. - обучающиеся дают ответ (выполняют действие) в соответствии с заданием для групповой работы	3
	- обучающиеся самостоятельно договариваются о правилах и вопросах для обсуждения в соответствии с поставленной перед группой задачей; - обучающиеся следят за соблюдением процедуры обсуждения и обобщают \ фиксируют решение в конце работы;	4

	<ul style="list-style-type: none"> - обучающиеся задают вопросы на уточнение и понимание идей друг друга, сопоставляют свои идеи с идеями других членов группы, развиваются и уточняют идеи друг друга; - обучающиеся дают ответ (выполняют действие) в соответствии с заданием для групповой работы 	
	<ul style="list-style-type: none"> - обучающиеся используют приемы выхода из ситуации, когда дискуссия зашла в тупик, или резюмируют причины, по которым группа не смогла добиться результатов; - обучающиеся следят за соблюдением процедуры обсуждения и обобщают / фиксируют промежуточные результаты; - обучающиеся называют области совпадения и расхождения позиций, выявляя суть разногласий, дают сравнительную оценку предложенных идей относительно цели групповой работы - обучающиеся дают ответ (выполняют действие) в соответствии с заданием для групповой работы. 	5
	не проявлены вышеуказанные характеристики	2
Самоконтроль	<ul style="list-style-type: none"> - не умеет обнаружить и исправить ошибку даже по просьбе учителя, некритично относится к исправленным ошибкам в своих работах и не замечает ошибок других учеников; - контроль носит случайный непроизвольный характер, заметив ошибку, не может обосновать своих действий; 	3
	<ul style="list-style-type: none"> - осознает правила контроля, но одновременно выполнять учебные действия и контролировать их не может, после выполнения может найти и исправить ошибки; - ошибки в многократно повторенных действиях исправляет самостоятельно, контролирует выполнение учебных действий другими, но при решении новой задачи теряется. 	4
	<ul style="list-style-type: none"> - задачи, соответствующие усвоенному способу контроля выполняются безошибочно, с помощью учителя может обнаружить неадекватность способа новой задаче и внести корректизы; - контролирует соответствие выполняемых действий способу, при изменении условий вносит корректизы до начала решения. 	5
	не проявлены вышеуказанные характеристики	2
Креативная компетентность	воплощает нестандартные идеи, подходящие для выполнения задания	3
	воплощает креативные идеи, опираясь на существующие образцы	4
	воплощает креативные идеи, не имеющие аналогов	5
	не проявлены вышеуказанные характеристики	2

Уровни сформированности ключевых компетентностей

2 балла – не достигнут необходимый уровень

3 балла – базовый уровень

4 балла – повышенный уровень

5 балла – творческий уровень

Уровни усвоения ДОП

Уровни усвоения программы	Характеристики продукта творческой деятельности	Показатель оценивания	% -
Низкий	<ul style="list-style-type: none"> - Малоактивен, наблюдает за деятельностью других, самостоятельно не выполнить задание. - Неадекватно реагирует на оценку собственной деятельности. - пропускает занятие, мешает другим. - не имеет представления о конечном результате выполняемой работы. - Неохотно выполняет поручения. Начинает работу, но часто не доводит ее до конца. Справляется с поручениями и сблюдает правила поведения только при наличии контроля и требовательности педагога или 	«2» ниже нормы, Неудовлетворительно Поставленная задача не решена	0-49%

	<p>товарищей.</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении работы не может самостоятельно сформулировать ответы на поставленные вопросы. 		
Средний уровень	<ul style="list-style-type: none"> - при работе в группах и парах чаще всего навязывает свое мнение. - использует информацию с целью копирования. Работу ведет по отработанному алгоритму. - ребёнок активно включается в работу, но при первых же трудностях интерес угасает. - вопросов задает немного, при помощи педагога способен к преодолению трудностей. - самостоятельный выполняет задание сам, а при проверке ориентируется на других детей и делает так, как у них. 	<p>«3» Норма, зачёт, удовлетворительно. Решение поставленной задачи выполнена с некоторыми недочетами</p>	50-69%
Высокий уровень	<ul style="list-style-type: none"> - в групповой работе старается слушать и понимать собеседника, выполнять правила общения и поведения на занятиях по программе, владеть умениями адекватно оценивать результат собственной деятельности, уважительно относится к выражению видения проблемы другими детьми - ребенок проявляет выраженный интерес к предлагаемым заданиям. - сам задает вопросы, прилагает усилия к преодолению трудностей. - способен на опирающиеся варианты, придумать свой вариант и способ его реализации - самостоятельный ребёнок сам берется за выполнение любого задания. 	<p>«4» Хорошо. Поставленная задача решена полностью.</p>	70-90%