

**ДЕПАРТАМЕНТ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ОБРАЗОВАНИЮ И НАУКЕ
муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
Засижьевская средняя школа Ярцевского района Смоленской области**

**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая
программа социально-педагогической направленности**

«Найди себя»

возраст обучающихся: 15-17 лет

срок реализации: 1 год

**Автор: Гавриленко Марина Викторовна, заместитель
директора**

**д. Засижье
2023**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.

Человек - часть природы, живое телесное существо. Однако раскрытие сущности человека не может ограничиться характеристикой его природно-биологического существа. В современных условиях экономисты и маркетологи смотрят на человека и личность несколько иначе. Каждый человек непременно испытывает нехватку чего-либо, именуемую нуждой. Осознанная нужда превращается в потребность. Индивидуальные потребности многообразны и могут быть удовлетворены несколькими способами, в том числе путем обмена одного продукта на другой. Предложенный продукт становится товаром. В качестве товаров могут выступать материальные предметы, разнообразные услуги, идеи, проекты, территории и места, различные организации и даже отдельные лица. Чтобы товар был востребован, он должен обладать соответствующими потребительскими свойствами. Спрос же в жестких условиях рынка возникает, как правило, только на качественный товар. Говоря о качестве товара-личности, мы имеем в виду завершенное общее и специальное образование, адекватную искомой должности или месту работы профессиональную квалификацию, разностороннее воспитание и развитие, а в конечном счете - конкурентоспособность специалиста в избранной сфере деятельности.

Перед каждым новым поколением неизбежно встают вопросы «кем быть?» и «каким быть?». Современному человеку предстоит немало трудиться, прежде чем он получит достаточные знания (а не диплом), обретет соответствующую занимаемой должности профессиональную компетентность, создаст собственный (прежде всего деятельностный) имидж, реально оценит собственный творческий потенциал и, наконец, сделает карьеру, окажется способным осчастливить близких ему людей, принести пользу себе и обществу. Факультативный курс «Найди себя» для обучающихся старшего подросткового возраста рассматривает проблемы существования, продвижения и реализации личности с использованием некоторых приемов и правил маркетинга. Курс призван помочь подросткам сориентироваться в выборе подходящего учебного заведения, в овладении специальностью и последующей профессиональной адаптации. Программа курса рассчитана на 34 часа учебного времени и предусматривает типовое оборудование.

Цель:

Профориентация и адаптация подростков в социуме, формирование здорового жизненного стиля средствами высокоэффективных поведенческих стратегий и личностных ресурсов.

Задачи:

- познакомить обучающихся с понятиями «человек», «индивид», «личность», обозначить пути развития и становления личности;
- познакомить с понятиями «маркетинг», «товар», ознакомить с научными подходами в изучении маркетинга;
- формировать и развивать способности к самопознанию, самоанализу, потребность в самообразовании, развивать способности адекватно и полно познавать себя;
- развивать социальную восприимчивость, раскрывать особенности коммуникативных навыков, укрепляющие социальные связи обучающихся;
- повышать самооценку через получение обратной связи и поддержки

коллектива, развивать самостоятельность мышления;

- развивать личностно-нравственные и социально-нравственные качества подростков, необходимые для успешной адаптации их в социуме;
- обогащать кругозор и развивать речь до уровня, позволяющего обучающимся сознательно воспринимать учебный материал;
- формировать до необходимого уровня и целенаправленно развивать общеучебные умения;
- создать необходимые условия для проявления индивидуальности каждого обучающегося.

Планируемые результаты освоения курса.

Личностные результаты:

- осознание своей идентичности как гражданина страны, члена семьи, этнической и религиозной группы, локальной и региональной общности;
- освоение гуманистических традиций и ценностей современного общества, уважение прав и свобод человека;
- осмысление социально-нравственного опыта предшествующих поколений, способность к определению своей позиции и ответственному поведению в современном обществе;
- понимание культурного многообразия мира, уважение к культуре своего народа и других народов, толерантность;
- мотивированность на посильное и созидательное участие в жизни общества, заинтересованность не только в личном успехе, но и в благополучии и процветании своей страны, общества в целом;

Метапредметные результаты:

- способность к объяснению явлений и процессов социальной действительности с научных позиций; к их комплексному рассмотрению в контексте сложившихся реалий и возможных перспектив;
- способность сознательно организовывать и регулировать свою деятельность (учебную, общественную и др.);
- способности анализировать реальные социальные ситуации, выбирать адекватные способы деятельности и модели поведения в рамках реализуемых основных социальных ролей, свойственных подросткам;
- овладение умениями работать с учебной и внешкольной информацией (анализировать и обобщать факты, составлять простой и развёрнутый план, тезисы, конспект, формулировать и обосновывать выводы и т. д.), использовать современные источники информации, в том числе материалы на электронных носителях;
- способность решать творческие и практические задачи, представлять результаты своей деятельности в различных формах (сообщение, эссе, презентация, реферат и др.);
- готовность к сотрудничеству с соучениками, коллективной работе, освоение основ межкультурного взаимодействия в школе и социальном окружении, и др.;
- активное применение знаний и приобретённых умений, освоенных в школе, в повседневной жизни и продуктивное взаимодействие с другими людьми в профессиональной сфере и социуме.

Предметные результаты.

- относительно целостное представление об обществе и человеке, о сферах и областях общественной жизни, механизмах и регуляторах деятельности людей;
- знание ряда ключевых понятий об основных социальных объектах, рассматриваемых в ходе изучения содержания курса; умение объяснять с опорой на эти понятия явления социальной действительности;
- знания, умения и ценностные установки, необходимые для сознательного выполнения старшими подростками основных социальных ролей в пределах своей дееспособности;
- умения находить нужную социальную информацию в педагогически отобранных источниках; адекватно её воспринимать, применяя основные обществоведческие термины и понятия; преобразовывать в соответствии с решаемой задачей (анализировать, обобщать, систематизировать, конкретизировать имеющиеся данные, соотносить их с собственными знаниями); давать оценку общественным явлениям с позиций одобряемых в современном российском обществе социальных ценностей;
- понимание побудительной роли мотивов в деятельности человека, места ценностей в мотивационной структуре личности, их значения в жизни человека и развитии общества;
- знание особенностей труда как одного из основных видов деятельности человека, понимание значения трудовой и коммуникативной деятельности для личности и для общества;
- знание новых возможностей для коммуникации в современном обществе; умение использовать современные средства связи и коммуникации для поиска и обработки необходимой социальной информации; понимание значения коммуникации в межличностном общении;
- умение взаимодействовать в ходе выполнения групповой работы, вести диалог, участвовать в дискуссии, аргументировать собственную точку зрения;
- умение анализировать и адекватно оценивать как творческий потенциал личности так и условия творческой реализации личности для выстраивания персонального маркетингового плана.

Основные формы работы:

- эвристическая беседа;
- беседа с элементами обсуждения проблемных вопросов;
- беседа-консультация;
- лекция с элементами эвристической беседы;

- дискуссия;
- проблемный анализ;

Основные формы отчётности:

Тетрадь с конспектами и заданиями, творческие работы (электронные презентации, проекты, устные сообщения, сочинения), мини-проект «Мой индивидуальный маркетинговый план»

Содержание курса:

Введение.

Знакомство учащихся с содержанием курса, задачами, стоящими перед ними, со списком литературы.

Тема 1. Человек. Индивид. Личность.

Понятия «Человек», «индивид», «личность», «индивидуальность». Уникальность положения человека в окружающем мире. Пути развития и становления личности.

Тема 2. Потребности. Рынок Маркетинг.

Понятия «маркетинг», «товар», «изделие». Научные подходы в изучении маркетинга. Маркетинг как инструмент упорядочения рыночной деятельности. Виды маркетинга. Виды потребностей. Рынок.

Тема 3. Маркетинг личности: формула успеха.

Маркетинг личности. Структура личности. Формы продвижения. Самооценка - экспертиза личности. Роль адекватной самооценки для продвижения. Создание имиджа - одна из задач маркетинга.

Тема 4. Личность- товар.

Понятие «специалист». Личность - объект и субъект маркетинга. Три уровня товара-личности. Классификация товара. Товарный ассортимент, товарная номенклатура. Ассортиментная политика в маркетинге личности.

Тема 5. Личностью не рождаются.

Специалист — новый товар? Разработка нового товара. Процесс развития личности, его особенности. Товар с подкреплением. Испытание товара-личности в рыночных условиях. Развертывание коммерческого производства.

Тема 6. Траектории человеческих судеб.

Понятие «жизненный цикл товара». Этапы жизненного цикла товара-личности. Быть актуальным.

Тема 7. Маркетинговая среда и личность.

Понятие «маркетинговая среда». Взаимодействие личности с внутренней маркетинговой средой. Внешняя маркетинговая среда и личность.

Тема 8. Оценка товара-личности.

Особенности маркетинга отдельной личности. Характер, содержание маркетинга и ценообразование. Ценообразующие факторы. Ценовые стратегии.

Тема 9. Куда пойти трудиться?

Сущность понятия «канал распределения». Природа каналов распределения, их уровни. Прямой маркетинг личности. Функции каналов распределения. Организация товародвижения.

Тема 10. Как не потеряться на рынке труда.

Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Средства стимулирования процесса продвижения личности на рынок. Факторы, влияющие на процесс продвижения личности на рынок.

Тема 11. Имидж в маркетинге личности.

Понятия «имидж», «бренд», «товарная марка». Диверсификация в маркетинге личности. Роль личностных качеств и стремлений в персональном маркетинге.

Тема 12. Персональный маркетинг.

Проблема управления маркетингом личности. Составляющие управления маркетингом личности: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Маркетинговый план.

Тема 13. Поднимись выше...себя!

Особенности российского менталитета. Группы профессий. Профессиограмма. Выбор профессии.

Тема 14. Знать, чувствовать, понимать и действовать!

Маркетинговые технологии и их концепции. Культура личности. Памятка «Как надо работать».

Тема 15. Сотвори себя сам.

Успех: сущность и значение. Реализация индивидуального комплекса маркетинга и самомаркетинга. Самостоятельная деятельность человека: развитие и самосовершенствование. Анкета Эдисона. Самооценка и её составляющие.

Тема 16. Заключение. Начни с главного.

Собственная рыночная стратегия. Маркетинговая среда. Позиционирование себя на рынке. Маркетинговое планирование личности.

Итоговое занятие. Жить целеустремленно или жить «вообще»? Обмен мнениями «Практическая польза курса «Найди себя» для подростка».

Учебно-тематический план занятий по курсу:

№№ пп	Тема занятия	Количество часов	Виды деятельности
1	Введение.	1	Беседа
2-3	Человек. Индивид. Личность.	2	Эвристическая беседа
4-5	Потребности. Рынок Маркетинг.	2	Дискуссия. Работа с таблицами. Сообщения. Анализ.
6-7	Маркетинг личности: формула успеха.	2	Эвристическая беседа
8-9	Личность- товар.	2	Беседа. Проблемный анализ. Работа со схемой. Электронные презентации.
10-11	Личностью не рождаются.	2	Эвристическая беседа. Устные сообщения.
12-13	Траектории человеческих судеб.	2	Беседа-консультация. Работа со схемой.

14-15	Маркетинговая среда и личность.	2	Лекция. Эвристическая беседа. Устные сообщения.
16-17	Оценка товара-личности.	2	Эвристическая беседа. Устные сообщения. Анализ статистических данных.
18-19	Куда пойти трудиться?	2	Беседа-консультация. Сочинение.
20-21	Как не потеряться на рынке труда.	2	Эвристическая беседа. Устные сообщения. Творческий проект «Реклама»
22-23	Имидж в маркетинге личности.	2	Беседа-консультация. Устные сообщения.
24-25	Персональный маркетинг.	2	Лекция. Эвристическая беседа. Устные сообщения. Работа со схемами. Заполнение таблицы.
26-27	Поднимись выше...себя!	2	Эвристическая беседа. Работа с периодическими изданиями. Устные сообщения.
28-29	Знать, чувствовать, понимать и действовать!	2	Беседа-консультация. Устные сообщения.
30-31	Сотвори себя сам.	2	Беседа-консультация. Устные сообщения. Тестирование.
32-33	Начни с главного.	2	Беседа-консультация. Устные сообщения. Электронные презентации «Мой индивидуальный маркетинговый план»
34	Итоговое занятие	1	Обмен мнениями.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аверченко Л.К. Психология и педагогика / Л.К.Аверченко и др. -М., 2002.
2. Алёхина И. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
3. Антология афоризмов - М., 1999
4. Голубков Е.П. Маркетинг. Словарь-справочник.М.: Дело,2001.
5. Дихтль Е. Практический маркетинг. М.: Высшая школа, 1995.
6. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах. М.: ИНФРА,2002
7. Ильина Т. А. Педагогика -М.: Просвещение, 1984
8. Карнеги Д. Ваше преуспевание - в наших руках. М.: Республика, 1993.
9. Новаторов В.Е. Маркетинг личности: формула жизненного успеха: цикл бесед для подростков.- Волгоград: Учитель,2009
- 10.Прусова Н.В. и др.Общая психология. Курс лекций. М.: Экзамен,2007
- 11.Рогов Е.И. Выбор профессии: Становление профессионала. М., 2003