**INNOWACJA**

**PROGRAMOWO-ORGANIZACYJNA**

***Fotografia reklamowa podstawą współczesnego świata.***

**Autorzy:**

*Barbara Tryba*

*Renata Wojciechowska*

*Irena Cichecka*

*Anna Przygoda*

*Konrad Grzyb*

*Aleksandra Lechowicz*

**KARTA INNOWACJI PEDAGOGICZNEJ**

I . Uzasadnienie potrzeby wprowadzenia innowacji:

Obecnie reklama **kształtuje społeczeństwo.**  **Wyznacza normy** społeczne poprzez pokazanie niektórych wzorców. Reklama **wybiera nam rządzących państwem,** wpływa również na to,**co i jak mówimy ( reklama społeczna), decyduje, co jemy, pijemy, w co się ubieramy** ( reklama komercyjna).

Słowo reklama pochodzi z języka łacińskiego i oznacza „krzyczeć do kogoś”. We współczesnym świecie reklamę widzimy i słyszymy wszędzie. Dlatego tak ważnym jest, aby młody człowiek który wkracza w dorosłe, zawodowe życie potrafił tworzyć dobrą reklamę, jak również prawidłowo ją odbierać. W tworzeniu reklamy ważnych jest wiele aspektów:

a) **chwytliwy slogan** ( śmieszny, paradoksalny, łatwy do zapamiętania a przy tym krótki)

b) kolor (od urodzenia w każdym z nas kotwiczone są stany emocjonalne związane z konkretnymi kolorami)

c) obraz ( bardziej przemawiający do odbiorcy niż słowo)

d) **problemy etyczne.**.

Wprowadzając innowację pedagogiczną "**Fotografia reklamowa podstawą współczesnego świata"** w naszej szkole, pragniemy- wykorzystując korelacje międzyprzedmiotowe ( język polski, język angielski, WOK, etyka, przedmioty zawodowe, geografia)- przygotować teoretycznie i praktycznie ( współpraca z Agencjami Reklamowymi) młodzież do tworzenia dobrych reklam.

Młodzież kształcąca sie w zawodzie Fototechnik ma możliwość znalezienia pracy między innymi w laboratoriach kryminalistycznych, wydawnictwach, archiwach, może otworzyć własną działalność gospodarczą związaną z oprawą graficzną uroczystości, może również podjąć pracę **w agencjach reklamowych.**

Przeglądając stanowiska pracy w agencjach reklamowych stwierdzamy, iż młodzież kształcąca się w zawodzie Fototechnik spełnia wymagania stawiane osobom, które pragną podjąć pracę na następujących stanowiskach: **Content manager , Copywriter, Dekorator marketu.**

Nauczyciele to osoby które inspirują, zachęcają do podejmowania działań, przygotowują do życia w dynamicznie rozwijającym się świecie, pomagają podjąć decyzje. Grupa nauczycieli ZS im. B. Prusa w Częstochowie chce pełnić rolę przewodnika, który wskaże ścieżkę którą może iść młody człowiek, proponując młodzieży udział w innowacji pedagogicznej.

II. Założenia ogólne

**1. Nazwa szkoły zgłaszającej:** Zespół Szkół im. B. Prusa w Częstochowie

**2. Adres szkoły:** 42-200 Częstochowa ul. Prusa 20

**3. Imię i nazwisko dyrektora szkoły:** Dariusz Rataj

**4. Zespół autorów innowacji:**

Barbara Tryba

Renata Wojciechowska

Irena Cichecka

Anna Przygoda

Konrad Grzyb

Aleksandra Lechowicz

**5. Rodzaj innowacji:** Innowacjaprogramowo-organizacyjna.

**6. Typ szkoły, w której innowacja będzie prowadzona:** Technikum Nr 11. Zawód: Fototechnik

**7. Zakres innowacji:**

Innowacja obejmuje uczniów klas pierwszych, którzy od 1 września 2015 roku będą się kształcić w zawodzie Fototechnik.

**8. Temat innowacji:**

**Fotografia reklamowa podstawą współczesnego świata.**

**9. Zgoda organu prowadzącego:**

Przeznaczenie 19-stej godziny na realizację treści wzbogacających programy nauczania z przedmiotów przewidzianych przez program innowacji.

**10. Czas trwania innowacji:**

- data wprowadzenie: 01.09.2015 rok

- data Zakończenia: 30.06. 2019 rok

**11. Kontynuowanie innowacji**

Kontynuacja innowacji jest planowana w kolejnych klasach pierwszych.

III. Cele innowacji pedagogicznej:

1. Cel główny:

Wymagania rynku pracy rosną. Współczesnemu szkolnictwu zawodowemu stawia się wymóg przygotowania absolwentów szkoły zgodnie z potrzebami rynku pracy.

Celem głównym wprowadzanej innowacji pedagogicznej jest poprawa jakości pracy szkoły poprzez stworzenie modelu innowacyjnej metody kształcenia. Przygotowując młodzież do kwalifikacji **A.20.- Rejestracja i obróbka obrazu, A .25. Wykonywanie i realizacja projektów multimedialnych** rozszerzyćtakwiedzę i umiejętności aby absolwent naszej szkoły sprostał wymaganiom stawianym przyszłym pracownikom Agencji Reklamowych.

**2. Cele szczegółowe:**

* rozwijanie zainteresowań oraz ich indywidualnych zdolności ucznia;
* rozwijanie osobowości ucznia,
* uczenie odpowiedzialności, rzetelności, dyscypliny, punktualności,
* kształtowanie aktywnych, twórczych postaw;
* nabycie umiejętności pracy w zespole, komunikatywności,
* opanowanie umiejętności redagowania różnego rodzaju tekstów,
* doskonalenie poprawności językowej, ortograficznej i interpunkcyjnej;
* kształtowanie umiejętności wykorzystania programów wykorzystywanych w tworzeniu stron www,
* kształcenie umiejętności świadomego i bezpiecznego korzystania z reklam,
* ukazanie potrzeby korzystania z różnych źródeł informacji,
* kształtowanie umiejętności planowania i organizacji,
* nabywanie wiedzy z zakresu funkcjonowania medium –fotografii- w przestrzeni reklamowej,
* wiedzy na temat teorii fotografii i jej znaczenia społecznego,
* rozwijanie zdolności plastycznych,
* rozwijanie kreatywności,
* wykorzystywanie wiedzy geograficznej do tworzenia folderów reklamowych,
* nabycie wiedzy na temat historii reklamy,
* poznanie sylwetek twórców największych agencji reklamowych.

IV. Metody i formy pracy

Podczas zajęć uczniowie będą pracowali indywidualnie, grupowo oraz zbiorowo w zależności od realizowanych zagadnień z wykorzystaniem różnych metod:

a) szczególnie metod i technik aktywizujących tj. burza mózgów, mapa mentalna, analiza SWOT, ranking diamentowy, piramida priorytetów, dyskusja, drzewko decyzyjne, metaplan, metoda projektów,

b) metod ćwiczeniowych;

c) metod podających: mini wykład, pogadanka, prelekcja.

Inne formy pracy to spotkania z ciekawymi ludźmi, np. pracownikami Agencji Reklamowych, fotografikami, wyjazdy do Agencji Reklamowych, na plenery fotograficzne, wyjścia na wystawy fotograficzne, współpraca z Galerią ART FOTO, udział w warsztatach i konkursach.

V. Oczekiwane efekty.

Po ukończeniu czteroletniego cyklu kształcenia uczeń będzie:

* przygotowany do tworzenia i odbioru reklam oraz folderów reklamowych,
* przygotowany do kontynuacji nauki na kierunkach między innymi: Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna, Reklama,
* przygotowany teoretycznie i praktycznie do pracy w Agencjach Reklamowych,
* posługiwał się terminologią reklamową,
* posiadał niezbędną wiedzę psychologiczną i socjologiczną z zakresu oddziaływania produktu reklamowego .

VI. Treści kształcenia

Nowa podstawa programowa, obowiązująca od września 2012 roku, na podstawie Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z 7 lutego 2012 roku w sprawie podstawy programowej kształcenia w zawodach Dz. U. 2012 nr 0 poz. 184, nakłada nacisk na praktyczne nauczanie. W konsekwencji zadaniem szkoły jest dostosowanie programu nauczania do zapisów podstawy programowej i zapewnienie uczniom możliwości zdobycia praktycznych umiejętności.

Stosując sie do tych zapisów wszystkie materiały i treści nauczania będą zgodne z obowiązującą od września 2012 roku podstawą programową dla zawodu Fototechnik 343104 oraz z podstawami programowymi przedmiotów ogólnokształcących. Treści zawarte w podstawie programowej wzbogacone będą o następujące zagadnienia : reklama produktu, reklama mody, foldery reklamowe, wizaż-makijaż i jego wykorzystanie w reklamie, notki reklamowe, etyka w reklamie, wybrane zagadnienia z psychologii i socjologii.

* Treści programowe zawarte w innowacji będą realizowane w ramach zajęć lekcyjnych z: języka polskiego, języka angielskiego, geografii, biologii, WOK, etyki, przedmiotów zawodowych, zajęć z wychowawcą,
* Przewiduje się cotygodniowe spotkania pozalekcyjne w wymiarze 1 godziny lekcyjnej,

VII. Tematyka prowadzonych zajęć;

1.Język polski rozszerzony

Autorka programu nauczania języka polskiego *Zrozumieć tekst- zrozumieć człowieka* Katarzyna Olejnik założyła, że *cele nauczania i wychowania*-ujęte w programie- *są ściśle powiązane, a ich realizacja wiąże się z refleksyjnym i twórczym kontaktem z różnymi tekstami – zarówno literackimi, jak i nieliterackimi. Pozwalają one uczniowi wzbogacać wiedzę o kulturze, o świecie i o ludziach, a w konsekwencji – także o nim samym.* Tak postawione cele wskazują na zasadność wprowadzenia innowacji pedagogicznej Edukacja dziennikarsko-filmowa w zawodzie fototechnik.

Treści kształcenia **Programu nauczania języka polskiego w zakresie rozszerzonym dla liceum ogólnokształcącego i technikum –Zrozumieć tekst- zrozumieć człowieka, opracowanego przez Katarzynę Olejnik,**  będą wzbogacone o zagadnienia:

* Język tekstów reklamowych
* Historia i współczesność reklamy
* Społeczne funkcje reklamy: informacja, edukacja, perswazja
* Publikowanie w Internecie (teksty, hiperteksty)
* Netykieta; kultura dyskusji na forach i czatach internetowych
* Etyka w dziennikarstwie, mediach, reklamie
* Dzieje prasy w Polsce i na świecie
* Współczesna prasa w Polsce
* Fotoreportaż we współczesnej prasie
* Podstawy tworzenia scenariusza filmowego

2.Język angielski rozszerzony

Autorka programu nauczania języka angielskiego dla kontynuujących naukę w szkole ponadgimnazjalnej, Halina Tyliba, zwraca szczególną uwagę na umożliwienie uczniom zdobycia nowych umiejętności, a następnie ich doskonalenia lub modyfikowania w dorosłym życiu oraz przygotowanie młodzieży do prawidłowego funkcjonowania w społeczeństwie, planowania swojego rozwoju, kierowania nim i dokonywania odpowiedzialnych wyborów.

Treści kształcenia na zajęciach z języka angielskiego na poziomie rozszerzonym będą poszerzone o:

* tworzenie tekstów reklamowych w mowie i piśmie (reklama internetowa, radiowa, prasowa);
* posługiwanie się i wzbogacanie profesjonalnego słownictwa reklamowego (komunikaty perswazji, skuteczne oddziaływanie na odbiorcę, promowanie reklamowanego produktu);
* korzystanie z materiałów o tematyce reklamowej w języku angielskim przy wykonywaniu projektów (ulotki, plakaty w kampanii reklamowej i szeroko pojętej komercji);
* konwersacje stymulujące ucznia do aktywności reklamowej na obszarach: szkolnym, edukacji uniwersyteckiej oraz krajowym i międzynarodowym rynku pracy;

3.WOK

**Program nauczania przedmiotu *wiedza o kulturze* pt. *Spotkania z kulturą*** (Nowa Era),jest przeznaczony dla nauczycieli, ale rzeczywistym jego adresatem są uczniowie. **Jego autorka Barbara Łabęcka** podkreśla, że *dla nowego pokolenia, wchodzącego w dorosłość w epoce szybkich zmian cywilizacyjnych, wiedza i umiejętności zdobyte w szkole będą niezbędne do świadomego uczestnictwa w kulturze oraz aktywnego jej współtworzenia.*

Zmodyfikowany **Program nauczania przedmiotu *wiedza o kulturze* pt. *Spotkania z kulturą*** zostanie wzbogacony o następujące treści:

* Reklama - informacja czy manipulacja?
* Cechy reklamy doskonałej
* Style i zabiegi językowe stosowane w tekstach reklamowych
* Chwytliwy slogan
* Reklamy niestandardowe i społeczne oraz ich funkcje

4.Etyka

W szkole ponadgimnazjalnej wychowanie młodzieży jest jednym z podstawowych celów edukacyjnych. Przyczyniając się do rozwoju moralnego, poszerzając znajomość problematyki etycznej oraz rozwijając wrażliwość i umiejętności umożliwiających zajęcie samodzielnej i dojrzałej postawy wobec dobra i zła, program nauczania etyki wpisuje się w założenia innowacji pedagogicznej. Realizując program nauczania **„Etyka. Program nauczania dla szkół ponadgimnazjalnych”,** którego autorem jest **Paweł Kołodziński,** nauczanie będzie koncentrowało się na wyrażaniu i analizowaniu tego, co każdego z nas spotyka na co dzień, a nie gromadzenie zbyt trudnej i oderwanej od praktycznych potrzeb wiedzy. Treści kształcenia rozszerzone zostaną o następujące zagadnienia:

* Kształtowanie wrażliwości poznawczej
* Kształtowanie umiejętności świadomego korzystania, analizy i krytycznej oceny przekazów słownych, wizualnych i dźwiękowych
* Etyka w reklamie

5. Geografia rozszerzona

Wczytując się w podstawę programową z geografii - poziom rozszerzony, już na początku w celach kształcenia – wymagania ogólne zapisane jest:

**IV.** Pozyskiwanie, przetwarzanie oraz prezentowanie informacji na podstawie różnych źródeł informacji geograficznej, w tym również technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz Geograficznych Systemów Informacyjnych (GIS).

Uczeń zdobywa informacje oraz rozwija i doskonali umiejętności geograficzne, wykorzystując wszystkie dostępne (w tym najnowsze) źródła informacji, pomiary i obserwacje bezpośrednie; potrafi selekcjonować i przetwarzać informacje do prezentacji wybranych zagadnień.

Realizując więc zmodyfikowany program: **Program nauczania geografii w zakresie rozszerzonym dla liceum ogólnokształcącego i technikum – Oblicza geografii, opracowany przez Ewę Marię Tuz**  i **Dawida Szczypińskiego** podane treści kształcenia będą wzbogacone o:

* wykonywanie zdjęć podczas warsztatów terenowych,
* tworzenie katalogów, ulotek reklamowych, plakatów,
* organizację plenerów fotograficznych,
* opracowanie folderu reklamowego na podstawie poznanych walorów naturalnych i kulturowych regionu zaprezentowanego na mapie turystyczno-topograficznej, zbadanego podczas wycieczek lub na podstawie informacji zdobytych z innych źródeł,
* opracowanie krótkich wypowiedzi na lekcjach powtórzeniowych mających na celu reklamę np.; pasm górskich, krain geograficznych, atrakcyjnych turystycznie wysp, obiektów kulturowych.

7. Przedmioty zawodowe

Dla dzisiejszej fotografii bardzo duże wyzwanie stanowi odbiór produktu na odległość. Fotografie produktowe zamieszczane przez sklepy internetowe, portale aukcyjne i serwisy firmowe istnieją przede wszystkim w wersji cyfrowej. Dzisiaj wielu klientów dokonuje zakupów przez Internet lub poszukuje informacji o produkcie w sieci. Dlatego tak ważne jest umiejętne oraz atrakcyjne przedstawienie produktu. Bardzo prężnie rozwijającą się dziedziną fotografii są zdjęcia produktowe- packshot. W naszej edukacji chcemy rozwinąć treści programowe właśnie w tej dziedzinie. W przedmiotach techniki fotograficzne, cyfrowa obróbka obrazu i projekty multimedialne poszerzymy treści dotyczące fotografii katalogowej i produktowej, obróbki cyfrowej i projektów multimedialnych.

W ramach wykonywania zdjęć reklamowych i katalogowych wzbogacimy treści o:

* Packshot standardowy- klasyczne zdjęcie przedmiotu, pozbawione cieni o dużej głębi ostrości, wyjściowe do tworzenia katalogów, ulotek reklamowych, plakatów
* Packshot 3D wykonany z 36 zdjęć co 10̊ , jest to fotografia trójwymiarowa każdy obraz możemy obracać, przybliżać oglądać detale.
* Panoramy sferyczne z wykorzystaniem techniki HDR, idealne do prezentowania wnętrz np. restauracji, studia fotograficznego, pensjonatu itp.

Ciekawą dziedziną fotografii, także bardzo atrakcyjną dla młodzieży, są zdjęcia z zakresu estetyki fotografii mody. Również w tym zakresie poszerzymy treści z przedmiotów techniki fotograficzne, cyfrowa obróbka obrazu i projekty multimedialne. W ramach wykonywania zdjęć reklamowych wzbogacimy treści o:

* Zdjęcia fashion- celem ich jest prezentacja strojów, ubrań, biżuterii, obuwia, dodatków oraz całej stylizacji. Przedmioty prezentowane są na modelce.
* Zdjęcia glamour- podkreślają atrakcyjny wygląd, obiektem głównym jest modelka, a strój tylko podkreśleniem całej stylizacji
* Zdjęcia beuty- akcentują urodę, włosy, oczy, usta bardzo bliskie kadry bardzo drobne szczegóły, zdjęcia te mają za zadanie zaprezentowanie fryzury, makijażu, działanie kosmetyków

Sesję fotografii mody wykonywane będą zarówno w studio jak i w plenerze. Zajęcia będą wzbogacone o podstawowe wiadomości i umiejętności z zakresu stylizacji fryzur i wizażu.

8. Zajęcia z wychowawcą.

Zadaniem szkoły oprócz edukacji, jest również przygotowanie młodego człowieka do pełnego uczestnictwa w życiu społecznym.

Szczególne znaczenie w okresie rozwojowym ma okres nauki szkolnej, w którym dokonują się ważne przemiany związane z biopsychicznym dojrzewaniem i wrastaniem młodej osoby w szerszy kontekst społeczny.

Poznaje ona siebie i swoje możliwości. Doświadcza czym jest współpraca i jakich zachowań wymaga, poznaje czym jest inność ludzi, różne reguły i sposoby zachowania oraz jak w tej inności znaleźć swoje miejsce i współistnieć z ludźmi. Ma też w sposób konstruktywny poradzić sobie z negatywnymi emocjami, które z pewnością się pojawią.

Tematyka zajęć do realizacji na dodatkowych zajęciach, które pomogą określić siebie i swoje miejsce w grupie:

1. Określenie swoich mocnych i słabych stron.
2. Wartości, które mnie określają.
3. Określanie celów.
4. Umiejętność pracy w grupie – pełnienie ról.
5. Zarządzanie czasem.

VII. Ewaluacja innowacji

Ewaluacja innowacji będzie realizowana w formie ankiet. Celem ewaluacji będzie uzyskanie informacji na temat osiągnięć uczniów. Monitorowane będą również dalsze losy naszych absolwentów.