**Экспертиза проекта по психологии «Реклама проекта: шаг вперед»**

 **(проектная группа – учащиеся 8 б: Яценко Марина, Катаева Катерина)**

Тема данного проекта представляется актуальной, имеющей большое практическое значение для проектной деятельности гимназистов, с одной стороны, а также для будущего профессионального самоопределения, с другой. Речь идет о выделении и фокусированном рассмотрении деятельности, которая часто в проекте имеет сопровождающий (второстепенный) характер, и не всегда выполняется на должном уровне. Цель проекта – создание новой концепции ( многовариантной) рекламы гимназических проектов. Подчеркнем, что за этой явной целью находится метацель проекта – способствовать формированию компетентности презентировать результаты своей деятельности.

Участники проекта проделали исследовательскую работу по выделению характеристик эффективной рекламы. Представили в виде небольшого, краткого, но емкого пособия для будущих создателей рекламы. Проект имеет также научно-методический аспект в виде создания моделей организационного решения рекламной стороны проектов. В одной из моделей предлагается узкая специализация группы мотивированных гимназистов для рекламного «обслуживания» других проектов. В другой концепции во главу угла ставится обучение представителей каждого проекта, как грамотно делать рекламу, то есть развитие компетентностей у более широкой группы учащихся. В качестве положительных сторон представленного проекта, помимо уже указанных, следует отметить аккуратность, грамотный язык представленного текста, логичность изложения.

Нельзя обойти стороной отдельные недостатки: 1) с точки зрения структуры представленных материалов, на мой взгляд, было бы целесообразней представить авторскую концепцию вслед за анализом существующей ситуации в проектной деятельности гимназистов (сейчас концепции – во второй части работы); 2) не совсем ясен жанр первого раздела: то ли это методическое пособие для создателей рекламы, то ли теоретическая часть, обсуждающая психологию рекламы (если второе – тогда налицо смешение научного и популистского жанра), желательно более четко определить адресат этой части работы; 3) в материалах не достает иллюстративного материала, о котором говорится в проекте, нет ни примеров эффективной рекламы, мало схем (только в приложении) и т.д. Несмотря на отмеченные недостатки, проект засуживает отличной оценки.

Эксперт

Канд.психол. н Савина О.О.