Тема занятия: «Реклама».

Тип занятия: открытие нового знания.

Планируемые результаты:

Личностные: положительное отношение к школе и учебной деятельности, доброжелательное отношение к сверстникам, бесконфликтное поведение, широкая мотивационная основа учебной деятельности, адекватное понимание причин успешности\не успешности учебной деятельности.

Метапредметные:

Регулятивные: понимать и принимать учебную задачу, планировать своё высказывание, планировать свои действия на отдельных этапах урока, проявлять познавательную инициативу в учебном сотрудничестве.

Познавательные: строить сообщения в устной форме.

Коммуникативные: включаться в диалог с учителем и сверстниками, формулировать ответы на вопросы, слушать партнёра по общению, не перебивать, не обрывать на полуслове, вникать в смысл того, о чём говорит собеседник.

Предметные: знать понятие рекламы, её виды и функции, структуру.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Этап занятия. | Время. | Деятельность учителя. | Деятельность ученика. | УУД. |
| Организационный момент. | 1 мин. | Здравствуйте! Отдых наш кончается, Работа начинается. Усердно будем мы трудиться, Чтобы чему-то научиться. | Слушает. Настраивается на положительное отношение к занятию. | Положительное отношение к школе и учебной деятельности, доброжелательное отношение к сверстникам, бесконфликтное поведение. |
| Мотивационный. | 3 мин. | Ребята, посмотрите на слайд. Перед вами ребус. Кто правильно его решит, тот сможет правильно прочитать тему занятия. | Слушает. Решает ребус. Формулирует тему занятия. | Понимать и принимать учебную задачу, планировать своё высказывание. |
| Актуализация опорных знаний. | 5 мин. | Но прежде чем начать новый материал мы должны повторить старый.  Итак, на дом вам было задано придумать ситуацию, где потребитель сможет воспользоваться своими правами. Кто хочет прочитать нам, свою ситуацию. | Слушает. Отвечает домашнее задание. | Планировать своё высказывание, вникать в смысл того, о чём говорит собеседник. |
| Вводный инструктаж по выполнению заданий. | 15 мин. | Кто из вас знает, что же такое реклама? ***Реклама***-это 1) информация о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг с целью их реализации, создания спроса на них.  2) Распространение сведений о лице, организации, произведении литературы и искусства и т. п. с целью создания им популярности.  А какие существуют функции рекламы?   * Создаёт осведомленность о товарах и брендах. * Формирует имидж бренда. * Информирует о товаре и бренде. * Убеждает людей. * Создаёт стимулы к совершению действий. * Обеспечивает напоминание. * Подкрепляет прошлый опыт покупок.   Теперь давайте познакомимся с видами рекламы.   * Коммерческая (экономическая) реклама. Целью экономической рекламы становится потребитель(потенциальный покупатель), предложив товар которому, можно получить взамен от него прибыль.; * Социальная реклама — выходит за рамки экономических задач, направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей: популяризация здорового образа жизни среди населения; поддержка незащищённых слоёв населения; борьба с загрязнением окружающей среды; популяризация общественных организаций и фондов, целью которых является помощь окружающим людям, в частности детям.; * Политическая реклама (в том числе предвыборная). В наше время она всё чаще выступает как средство борьбы за избирателей, за их голоса. Именно с её помощью некоторые партии и политики пытаются завоевать себе место у власти. * Антиреклама — информация, призванная не поднимать, а уменьшать интерес, либо дискредитировать товары, предприятия, товарные знаки. * Телевизионная (видеоролик в рекламно блоке, рекламная пауза, текст в бегущей строке, телеобъявление (напр., в Телетексте), виртуальная реклама, спонсорство). * Печатная (различают рекламу в прессе и прочую: принты, листовки, наклейки, визитки). | Слушает. Отвечает на вопросы. | Доброжелательное отношение к сверстникам, бесконфликтное поведение,  проявлять познавательную инициативу в учебном сотрудничестве, строить сообщения в устной форме, слушать партнёра по общению. |
| Физ.минутка. | 1 мин. | Мы встали в круг (три хлопка)  С тобою друг (три притопа) Давай играть (три хлопка) И танцевать (изображают танцевальные движения, три притопа) Ты повернись (поворачиваются к товарищу делают три хлопка) И улыбнись (улыбаются, делают три притопа) А я в ответ (три хлопка) Скажу «Привет!» (дети поворачиваются друг к другу и машут рукой)..  Мы встали в круг (три хлопка)  С тобою друг (три притопа)  Давай играть (три хлопка) Показать полностью..  И танцевать (изображают танцевальные движения, три притопа)  Ты повернись (поворачиваются к товарищу делают три хлопка)  И улыбнись (улыбаются, делают три притопа)  А я в ответ (три хлопка)  Скажу «Привет!» (дети поворачиваются друг к другу и машут рукой)..Мы встали в круг (три хлопка)  С тобою друг (три притопа)  Давай играть (три хлопка) Показать полностью..  И танцевать (изображают танцевальные движения, три притопа)  Ты повернись (поворачиваются к товарищу делают три хлопка)  И улыбнись (улыбаются, делают три притопа)  А я в ответ (три хлопка)  Скажу «Привет!» (дети поворачиваются друг к другу и машут рукой).. | Повторяет за учителем. |  |
| Вводный инструктаж по выполнению заданий. | 11мин. | **Листо́вка** — вид агитационно-политической или информационной литературы, лист бумаги с текстом и иногда с иллюстрациями. Листовки применяются в революционной деятельности, политических кампаниях, во время военных действий. Листовки подкладываются, передаются из рук в руки, разбрасываются с самолётов, а также приклеиваются на двери/стены.  **Логоти́п**— графическое начертание фирменного наименования в виде стилизованных букв и/или идеограммы. Логотипы широко применяются для изображения товарных знаков и в качестве эмблем юридических лиц.  Теперь давайте поговорим о рекламном слогане. **Рекла́мный сло́ган** — лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения.  Слоган — рекламный девиз, который в сжатом виде передаёт рекламное сообщение, часть долговременной коммуникационной платформы бренда. Употребляется во всех видах рекламной коммуникации для привлечения внимания целевой аудитории, повышения её лояльности к бренду, стимулирования продаж. Может быть зарегистрирован, как товарный знак.  Слоганы, согласно той цели, которую они преследуют, делятся на: имиджевые и товарные. Первые выражают смысл философии компании, бренда, товара или услуги. Вторые направлены на скорейшее увеличение продаж, а, следовательно, чаще апеллируют к уникальному торговому предложению продукта. Имиджевые слоганы обычно имеют более «серьёзные интонации» (в том случае, если философия бренда «серьёзна»), в то время, как товарные слоганы чаще несут в себе элементы языковой игры, могут быть зарифмованы и так далее.  Слоганы читает больше людей, чем сами рекламные тексты, поэтому они должны привлекать внимание целевой аудитории: содержать уникальное торговое предложение, сулить выгоду. Кроме той информации, которая заключается в слоган, не менее важна и его «словесная оболочка», слоган должен быть написан таким образом, чтобы не вызывать отторжения у целевой аудитории: легко читаться, быть оригинальным, вызывать любопытство. Удачные слоганы не только легко запоминаются и становятся частью языковой среды, но и активно её изменяют.  Ну а теперь давайте начнём анализировать разные печатную рекламу.  Разделитесь на несколько групп. Я вам раздам рекламную листовку, а вы должны увидеть и рассказать нам как она построена.  Теперь садитесь по местам. Сейчас я раздам вам ваши работы, которые вы делали на первом занятии. Ваша задача придумать печатную рекламу к вашему предприятию. | В группах анализирую печатную рекламу. Придумывает рекламу для своего предприятия. | Доброжелательное отношение к сверстникам, бесконфликтное поведение,  проявлять познавательную инициативу в учебном сотрудничестве, строить сообщения в устной форме, слушать партнёра по общению. |
| Опрос. | 2 мин. | Кто может сформулировать, что такое реклама. Какие виды печатной рекламы вы знаете? | Отвечает на вопросы. | Формулировать ответы на вопросы, слушать партнёра по общению, не перебивать, не обрывать на полуслове, вникать в смысл того, о чём говорит собеседник. |
| Рефлексия. | 2 мин. | Над какой темой мы сегодня работали?  Кто её понял?  Кто не понял? Почему? | Слушает. Выполняет содержательную рефлексию. | Широкая мотивационная основа учебной деятельности, адекватное понимание причин успешности\не успешности учебной деятельности. |