Ковтун Ирина Константиновна, учитель истории и обществознания МБОУ Гимназия №91 им.М.В.Ломоносова

Урок обществознания в 7 классе по теме:

**"Реклама в современном мире"**

Описание:

**Тип урока:** урок - практикум

**Цель урока**: формирование комплексного представления об особенностях современной рекламы, о значении рекламы для продвижения товаров и услуг среди потребителей, об основных приемах ее создания.   
**Задачи урока:**

*Познавательные*: дать учащимся представление о рекламе, доказать ее необходимость в современной жизни, вызвать живой интерес у школьников; сформировать у учащихся понятие о видах рекламы и требованиях, предъявляемых к ней; обеспечить понимание основных принципов функционирования рекламы и ее создания.

*Развивающие:* научить учащихся находить и отбирать необходимую информацию;

мыслить критически, развивать умения анализировать, сравнивать, обобщать; развивать отношения партнерства, умения планировать работу в группах и представлять продукт своей деятельности, формировать умение творчески подходить к выполнению заданий.  
*Воспитательные:* способствовать экономическому воспитанию школьников на основе полученных знаний; воспитывать креативность, самостоятельность, ответственность, заинтересованность в результатах своего труда; проводить оценку собственной учебной деятельности.

**Методы обучения**: проблемное изложение, частично-поисковый.

**Формы обучения:** фронтальная работа, работа в группах.

В рамках урока были использованы техники внутриклассного оценивания- критериальные и рефлексивные («Мои ожидания» и «Книга отзывов»).

**Информационно-методическое обеспечение урока:**

1. Учебник. Обществознание 7 класс. Под ред. Л.Н.Боголюбова. М.:Просвещение, 2012. 2.Обществознание. 7 класс: пособие для учителей под ред. Л.Ф.Ивановой. М.: Просвещение, 2012.

3. А. И. Липсиц. Экономика 7-8 классы. М.: ВАКО, 2008.

Медиапроектор, компьютер, презентация, раздаточный материал (рекламные буклеты, постеры, газеты), листы формата А4, фломастеры, магниты для доски; оформление на доске: «Реклама в современном мире» (тема урока), «Не похвалишь – не продашь” (пословица), «Меньше слов – больше информации».

Основные этапы урока

1. Организационный этап (Слайд 1).

Эмоциональная, психологическая и мотивационная подготовка учащихся к усвоению изучаемого материала.  
2. Стадия вызова.

Сегодня наш урок заявлен как практикум. Что вы ожидаете от урока в этом формате?

(рефлексия ***“Мои ожидания”****)*. Запишите свои ожидания в тетрадь. *Несколько человек (по желанию) могут их озвучить.* Я надеюсь, что ваши ожидания исполнятся, а насколько - посмотрим в конце урока.

3. Мотивационно – целеполагающий этап

Наш урок мы начнём с просмотра видеофрагмента. Внимание на экран!

*Идет показ рекламного ролика.* (Слайд 2)

Что вы увидели на экране? Как это можно назвать одним словом? Ребята, как вы думаете, о чём будет идти речь на уроке?

*(Ответы детей).*

Вы, безусловно, правы. Тема урока знакома каждому из нас, потому что жизнь современного человека довольно трудно представить без рекламы, с ней мы сталкиваемся на каждом шагу, включив телевизор, радио или взяв в руки журнал, газету, открыв интернет, выйдя на улицы города. Тема нашего урока «Реклама в современном мире»**.** (Слайд 3)

*Актуализация знаний проводится методом фронтальной беседы:*

-А как вы, ребята, относитесь к рекламе?

-Зачем нужна реклама?

*(Ответы учащихся).*

4. Стадия осмысления.

Итак, у нас на уроке время рекламы.

*С шумом выходят «зазывалы» и «продавцы» с лотками, на которых разложен товар.* (Слайд 4) **Приложение 1. Рекламная пауза.**

*Зазывалы и лотошники раздают «Потешные листки» и уходят.*

***Практическая работа.*** Разверните полученный «листок». Что вы увидели? Там текст «История возникновения рекламы» (Слайд 5). **Приложение 2.** Изучите внимательно.

Кто скажет, из какого языка к нам пришло слово реклама?

Где появилась первая реклама? Когда? Какой была реклама в прошлом?

Как жители средневекового города узнавали о товарах и услугах?

Где появилась современная реклама?

Когда реклама появилась в России?

Реклама – двигатель торговли. Почему так говорят?

*(Ответы учащихся)*

Ребята, посмотрите, что находится на ваших столах? (*газеты, постеры, буклеты, флаеры*). (Слайд 6) Полистайте их. Сравните печатную рекламную продукцию и, поработав в группе, ответьте на вопросы (на столе находятся вопросы в распечатанном виде). **Приложение 3.**

*Каждой группе на подготовку выделено 10 минут. Ответы учащихся по группам.*

Наша практическая работа убедила в том, что реклама неукоснительно сопровождает всю историю человечества. Так, что же такое реклама?

*Обобщив ответы учащихся формулируем определение:***Реклама- информация о потребительских свойствах товара или услуги с целью продажи.**(Слайд 7)

Рекламная деятельность дает широкий простор творчеству, фантазии. Но это вовсе не значит, что реклама может быть какой угодно. В рекламном деле есть свои секреты, приемы и правила, приносящие успех. Какой должна быть реклама? Какие требования предъявляются к ней?

***Практическая работа.*** Давайте поработаем в группах и закрепим основные требования к рекламе. Выберите 3 слова для характеристики рекламы: запоминающаяся, оригинальная, информативная, наглядная, актуальная, краткая(Слайд 8)

*Работая в группах, учащиеся обсуждают характеристики, а потом предлагают результаты своей работы на совместное обсуждения, вывешивая слова на доске.*

Теперь сравним ваши требования с тем, что предлагают специалисты по рекламе.

Маркетологи определяют рекламу 3 словами: ***краткая- запоминающаяся****-****информативная.***«Меньше слов – больше информации»-девиз рекламы.

5. Этап применения знаний на практике**.** Домашнее задание.

Реклама- это продукт деятельности людей. В современном мире производством рекламы занимается *рекламное агентство****.*** Представим, что ваш класс сегодня-это рекламное агенство, а ваши группы-это рекламные студии.

Я предлагаю вам творческое домашнее задание -каждой группе-студии *создать свою собственную рекламу*, которая будет соответствовать выработанным вами требованиям (смотреть характеристику рекламы). Реклама может быть в любом виде: печатном, видео, радио.

Вашу рекламную продукцию будут оценивать другие группы. А еще оцениваться будет работа группы над проектом. На основании каких критериев можно оценить вашу деятельность? Давайте договоримся о 3 критериях.

*Дети в группах вырабатывают предложения, которые записывают на лист и вывешивают на доску. Аргументируют, обсуждают и принимают критерии.*

*Представитель от каждой группы-студии выбирает товар для рекламы из секретного пакета*(заданный вид товара-школьные канцелярские предметы-тетрадь, линейка, ластик, маркер). (Слайд 9)

6.Стадия рефлексии.

Итак, вернемся к вашим ожиданиям, озвученным в начале урока.

Как вы считаете, оправдались ли они? Что вы ожидали от урока и что получилось?

Аргументируйте свои ответы, написав их на разноцветных стикерах.

- Какие ожидания полностью оправдались? (желтый стикер)

-Какие ожидания не оправдались? Что помешало сделать работу продуктивной? (красный стикер)  
- Какие ожидания оправдались частично? (зеленый стикер)   
Разместите свои ответы в *«Книге отзывов».*

Я благодарю вас за урок! (Слайд 10)

**Приложение 1**

**Рекламная пауза**

**Зазывалы** (*говорят поочерёдно)*:

Тары-бары- растобары

Есть хорошие товары!

Не товар, а сущий клад.

Разбирайте нарасхват.

**Лотошники:**

Иголки не ломки,

Нитки, тесемки.

Румяна, помада!

Кому что надо?

А вот бублики!

Бублики вот!

Свежие, вкусные –

Сами просятся в рот!

Становитесь в ряд,

Забирайте всё подряд!

Люди, подходите-ка!

Платки поглядите-ка!

Один красный,

Другой синий,

А уж третий-то хорош,

Покупай-ка на свой грош!

Продаю пирожки-булыжники!   
Нет на земле пирожков полезней:   
Излечивают зубы от любых болезней!   
Куснешь разок такой пирожище —   
Не то что болезней — зубов не сыщешь!

**Зазывалы:**

Набегайте, друзья-сударики!

Ну что за товар!

И тот хорош,

И другой хорош!

Выбирай который хошь!

А в придачу, коли грамотный,

бери листок «летучий потешный»

по указу Петра 1 издаваемый!

**Приложение 2**

**История возникновения рекламы**

Многие учёные предполагают, что реклама появилось одновременно с торговлей и развитием рынка услуг.

Ведь любой производитель всегда заинтересован в том, чтобы как можно большее количество потребителей узнало о существование его продукции или услуги.

 Например, во время археологических раскопок в Египте, был найден *папирус с* *объявлением о скорой продаже раба.* В нем содержалась информация о физической выносливости, отменном здоровье и другие качества невольника, дабы для него быстрее нашёлся покупатель.

А на развалинах города Мемфис (древней столицы Египта) был найден самый старый рекламный текст по предоставлению услуг: *«Я - Рино с Крита, по повелению Богов толкую сны».*

*Первые «рекламщики»* появились позже – в эпоху Древней Греции. Уже тогда по городским улицам и площадям бродили глашатаи, зазывавшие народ песнями, побуждающими купить что-нибудь или воспользоваться какой-то услугой.

 В Древнем Риме рекламные объявления писали прямо на стенах домов.

Само слово **реклама** происходит ***от латинского слова «reclamare»*** – что **означает выкрикивать.**

 В средневековой Европе, товар могли рекламировать специально обученные люди, которые ходили по городским улицам с большой палкой, наконец которой была прикреплена листовка с рекламной информацией. Продавцы использовали разные уловки и хитрости для привлечения внимания к своему товару или услугам. Это могли быть стихи, рисунки, небольшие сюжетные истории, различного рода слоганы и даже басни.

 А некоторые производители шли ещё дальше в своих рекламных компаниях. Например, агроном Антуан Пармантье, для того что бы повысить популярность потребления картофеля во Франции пошёл на хитрость. *Днём он выставлял вооружённую охрану вокруг поля, засаженного картофелем, а ночью охрана уходила, позволяя любопытным соседям украсть «драгоценное» растение.*

*Родиной современной рекламы можно по праву назвать Соединённые Штаты Америки*. В начале восемнадцатого века в 1706 году в Бостоне начали издавать газету «Boston News Letter», которая полностью была посвящена рекламным объявлениям.

***Появление рекламы в России*** относят к концу Х - началу ХI века, уже тогда русские купцы прибегали к помощи зазывал, выкрикивающих хвалебные слова о достоинствах товаров и их владельцев. Торговцы, разносчики, бродячие ремесленники наперебой кричали на улицах расхваливая свой товар.

Постепенно из устной реклама становиться лубочной - то есть в картинках. В начале ХVIII века рекламные объявления стали печататься в специальных выпусках «Правительственных распоряжений».  
Одно из таких объявлений — *«Продается женщина 37 лет, умеющая делать сыр и чухонское масло, последняя цена оной 200 рублей; так же одна молодая корова, 3 рабочих лошади, таратайка, парные сани, пара шор и хомут».*

  В 1878 году в Санкт-Петербурге было создано первое российское рекламное агентство «Центральная контора объявлений» Людвига Метцеля. Который, собственно говоря и произнёс фразу «Advertizing is the engine of commerce» («объявление есть двигатель торговли»), известную всем сегодня как **«***Реклама – двигатель торговли».*

**Приложение 3**

**Изучите печатную рекламную продукцию и, поработав в группе, ответьте на вопросы:**

-Какую информацию можно получить из рекламы?

- Как изменилась современная реклама?

-Покажите на примерах (из газет и буклетов), как реклама привлекает внимание потребителя.

- Какой основной вывод вы можете сделать о предложенной печатной рекламной продукции?