1. **Воспитательная функция рекламы**

|  |  |
| --- | --- |
| Содержание работы | * Информационная часть * Конспект мероприятия * Варианты работ учащихся * Презентация к мероприятию |
| Возрастной контингент учащихся | Учащиеся 1 - 4 классов, на усмотрение учителей, материал может быть использован и в среднем звене |
| Актуальность материала | Современный мир не представляет себя без рекламы. Все средства массовой информации транслируют рекламу товаров и услуг. Воспитательные функции рекламы проявляются в том, что она неизбежно оказывает влияние на наши взгляды, наше отношение к себе и к окружающему миру. |
| Соответствие современным тенденциям воспитательной работе | Разработка отражает разные направления воспитательной работы, основан на тесной связи с жизнью. |
| Возможность использования в образовательно-воспитательном процессе | Данный материал может быть использован как внеклассное занятие, классный час, урок технологии в 4 классе по теме «Реклама и маркетинг». |

Человек живет в рекламном пространстве и испытывает ее воздействие. Уже на первых этапах социализации реклама становится значимым источником информации: яркие краски, ритмичная музыка, броские фразы, неожиданные анимационные эффекты привлекают внимание и надолго остаются в памяти ребенка.

Английский профессор Лондонского университета Фрэнк Кермоуд сказал: «Изменилась публика. Она воспитывается уже в новом окружении: ее учителя - реклама и телевидение».

Рекламная информация оказывает огромное воздействие на формирование массового общественного сознания и сознание каждого индивида. Реклама, помимо основной функции - рекламирования продукции, имеет огромное воздействие на чувства и эмоции людей, способствует формированию и внедрению в сознание людей определённых ценностных ориентиров, оказывает влияние на характер общественных отношений.

Реклама неизбежно оказывает влияние на наши взгляды, наше отношение к себе и к окружающему миру. Она показывает нам готовые формы поведения в той или иной ситуации. Определяет, что хорошо и что плохо, то есть, можно сказать, что она воспитывает.

Нельзя недооценивать социальное и культурное значение рекламы для общества, реклама является источником социально значимой информация.

Самыми эффективными способами рекламы являются средства массовой информации – газеты, телевидение и радио. С их помощью реклама становится доступной для огромного количества потребителей, в том числе и детей, быстро запоминается, становится легко узнаваемой.

Социокультурная роль рекламы заключается в таких функциях как воспитательные, образовательные и психологические. Суть и задачи рекламы заключаются не только в коммерческой выгоде, но и в воспитании гуманистических взглядов человека на жизнь.

Отдельно следует выделить социальную рекламу. Она, как один из социальных институтов может повлиять на сложившуюся ситуацию. С помощью социальной рекламы мы можем напомнить людям о хороших манерах уважении друг к другу.

1. **Конспект мероприятия для учащихся**

**Реклама в нашей жизни**

**Цель:** познакомить с видами **рекламы**, с основными целями рекламного текста, способствовать формированию и развитию эстетических качеств, компетентности, предприимчивости, находчивости через знакомство с рекламой и ее видами.

**Планируемые результаты:**

Метапредметные: познавательные – наблюдать и сравнивать особенности рекламных продуктов, анализировать предложенные задания, формулировать возникающие проблемы, отбирать оптимальный способ выполнения задания,

регулятивные – организовывать свою деятельность: готовить рабочее место;

коммуникативные – осуществлять сотрудничество в малой группе

Личностные:описывать свои чувства и ощущения от наблюдаемых явлений, событий, изделий декоративно-прикладного характера, уважительно относиться к участникам своей группы;у важать людей различного труда

Предметные: познакомятся с понятиями «реклама», «маркетолог», «дизайнер»,  
научатся определять назначение рекламы, профессии людей, участвующих в рекламной деятельности; выполнять групповую работу по созданию рекламы с учётом воспитательного компонента.

**Ход мероприятия**

1. **Орг. момент**
2. **Теоретическая часть**

**Слайд 1**

– Давайте вспомним стихотворение С.Михалкова «Как старик корову продавал».

(можно показать отрывок мультфильма, можно показать инсценировку подготовленных учащихся)

*На рынке корову старик продавал,  
Никто за корову цены не давал.  
Хоть многим была коровёнка нужна,  
Но, видно, не нравилась людям она.*

*— Хозяин, продашь нам корову свою?  
— Продам. Я с утра с ней на рынке стою!*

*— Не много ли просишь, старик, за неё?  
— Да где наживаться! Вернуть бы своё!*

*— Уж больно твоя коровёнка худа!  
— Болеет, проклятая. Прямо беда!*

*— А много ль корова даёт молока?  
— Да мы молока не видали пока…*

- Почему старик не мог продать корову?

– Кто решил помочь мужику? Что он сделал?

**Слайд 2**

*— Корову продашь?  
— Покупай, коль богат.  
Корова, гляди, не корова, а клад!*

*— Да так ли! Уж выглядит больно худой!  
— Не очень жирна, но хороший удой.*

*— А много ль корова даёт молока?  
— Не выдоишь за день — устанет рука.*

– Почему корова заинтересовала покупателей, после того, как парень стал её продавать?

**Слайд 3**

- Как вы понимаете, что такое реклама?

- Слово «реклама» происходит от латинского – «громко кричать».  
Первоначально это слово подразумевало желание «криком» привлечь внимание, сообщить новость, снабдить информацией, в том числе и о продаже каких-либо товаров.

– Для чего нужна реклама?

- Где мы можем видеть рекламу?

- Самыми эффективными способами рекламы являются средства массовой информации – газеты, телевидение и радио. С их помощью реклама становится доступной для огромного количества потребителей, быстро запоминается, становится легко узнаваемой.

**Слайд 4**

– «Не похвалишь – не продашь», – гласит пословица.

- Вернемся к нашей корове. Всегда ли рекламируемые товары соответствуют тому качеству, о котором сообщает реклама?

Реклама – информация о свойствах товаров или видах услуг, представленная так, чтобы покупателю захотелось приобрести этот товар или услугу.

– Реклама должна отвечать следующим требованиям: не вызывать у людей отрицательных эмоций; быть правдивой, конкретной; сообщать потребителю то, что он желает увидеть или услышать; вызывать интерес у покупателя

**Слайд 5**

– Выбирая товар, мы обращаем внимание на внешний вид товара: красоту, яркую упаковку, необычную форму. Оформлением изделий занимается **дизайнер.**

**Слайд 6**

Реклама не единственный путь к успешной продаже товара или услуги. В первую очередь нужно понять какой товар или услуга будут пользоваться спросом у людей. Этим занимаются **маркетологи**.

**Слайд 7**

**-** Существует ещё **социальная реклама**. Как вы понимаете, что это такое?

Социальная реклама — вид [некоммерческой](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9D%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0&action=edit&redlink=1) [рекламы](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0), направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания к проблемам социума. Рекламируются не материальные ценности, а этичные и правильные модели поведения.

**Слайд 8**

Примером социальной рекламы могут быть плакаты, наглядно рассказывающие о вреде курения или об ущербе, который человек своими необдуманными действиями может нанести окружающей среде.

1. **Практическая часть**

Сегодня вам предстоит групповая работа. Каждая группа должна выпустить рекламный плакат. Можно рекламировать конкретный товар (одежда, продукт, автомобиль), услугу (стоматология, парикмахерская), фильм, свой сайт, клуб или кружок и т.д.

Ваша задача не просто создать рекламу для продвижения товара или услуги, но и постараться отразить воспитательную функцию: патриотизм, семейные ценности, заботу об экологии и др.

**Работа в группах**

Каждая группа выбирает воспитательную направленность своей рекламы

- экологическая

- эстетическая

- патриотическая

- духовно-нравственная

- здоровый образ жизни

**Этапы работы над проектом:**

1. Подумайте и обсудите

1) Что вы будете рекламировать (товар, услугу, объединение)

2) Кому могут потребоваться ваши изделия или услуги.

3) Какие их свойства вы будете рекламировать.

4) Как привлекать к ним внимание (рисунки, подписи, цветовое оформление, сказочные герои, которые будут хвалить изделия).

2. Определите этапы работы, распределите обязанности

(художники, составители текстов, создатели общей композиции рекламного продукта)

3. Выполните рекламный плакат вашего продукта

4. Представьте ваш проект классу (зрителям)

1. **Презентация проектов.**
2. **Варианты работ учащихся 4 класса**

Патриотическая направленность



Экологическая направленность



Спортивно-оздоровительная направленность

