**Тема урока: Реклама – двигатель торговли.**

Цели:

 Дидактические –создать условия для осознания и осмысления блока новой информации, проверка уровня усвоения учебного материала средствами ИКТ и группового обучения.

Образовательные – познакомить учащихся с понятием «реклама», «рекламное агенство», видами рекламы, её основными целями и задачами, правилами рекламы, научить выделять из рекламного сообщения полезную информацию.

Воспитательные – воспитать у учащихся организованность, умение концентрировать внимание, стремление рационально использовать время, формировать опыт равноправного сотрудничества учителя и учащегося в процессе самостоятельного и группового обучения, критически относится к рекламе.

Развивающие –развивать креативное мышление, привлекая учащихся к решению нестандартных и познавательных задач, продолжить формирование навыков работы с ПК, логически мыслить, отстаивать свою точку зрения, развивать монологическую речь.

Оборудование: локальная компьютерна сеть, презентация к уроку, ватман, маркеры, рекламные ролики.

Форма организации: групповая, фронтальная.

1. Организационный момент.
2. Стадия вызова.

В нашей школе 44 класса – комплекта, каждый отличается своими особенностями от других классов: по составу, наполняемости, успеваемости и т.д.

А чем ваш класс отличается от всех других классов нашей школы?

У вас есть маркеры, ватман, поработаем в группах 3-5 минут и изобразим на ватмане особенности вашего класса.

 Заслушаем результаты работы ( дети по группам отчитываются о проделанной работе).

Как можно одним словом назвать то, что вы сейчас делали, составляли? ( рекламу)

 Современный бизнес мы не представляем без рекламы. Реклама – это одно из самых мощных орудий маркетинга. Рекламой пользуются фирмы, производящие товары широкого потребления и уникальные товары; фирмы добывающие полезные ископаемые и производящие средства производства: некоммерческие организации – музеи, университеты; реклама нужна киноартистам и писателям, врачам и самим рекламным агенствам.

 А как вы, ребята, относитесь к рекламе ?

Как вы считаете пользу или вред она приносит?

 Обобщив ответы учащихся формулируем цель урока: что мы понимаем под рекламой и как к ней следует относиться; научиться отделять достоинства рекламы от достоинств рекламируемого товара.

 С понятием «реклама» мы встретились сравнительно недавно. Интересно, а как и когда возникла реклама, почему и зачем, как менялись её виды.

 Заслушаем сообщение(презентацию) «История возникновения рекламы».

3. Стадия осмысления.

 Итак, что же такое реклама?

 Каковы причины её возникновения?

Как менялись формы и виды рекламы?

 Как вы думаете, какие цели преследует реклама?

Какие цели бы она не преследовала ,

 главная задача: найти правильный подход к как можно большему числу потребителей конкретного товара.

 Производством рекламы занимается рекламное агентство – это фирма, которая производит рекламу по заказам других фирм. Многие фирмы имеют собственный рекламный отдел, в небольших этим занимается один из работников отдела сбыта, но чаще всего всё же фирмы обращаются к рекламным агентствам т.к. у них богаче опыт воздействия на потребителя и разработки рекламной компании.

 А какие бывают виды рекламы? ( слайд № )

Как вы считаете, какие виды рекламы наиболее важные?

 Что подразумевается под другими видами рекламы?

А упаковка может быть рекламой?

 Реклама - это довольно дорогостоящее удовольствие. Сколько денег на неё следует тратить, это одна из самых сложных проблем. Фирмы по-разному определяют необходимый и возможный размер затрат : многие фирмы просто выделяют из своих средств некоторую сумму; другие устанавливают определённый % от доходов; проводят специальные маркетинговые исследования.

 В целом размеры расходов на рекламу составляют: ( слайд № )

 Как вы думаете, почему самая дорогостоящая телереклама?

 Как вы считаете каковы достоинства рекламы ? А недостатки?

 Чтобы оградить потребителя от негативного воздействия рекламы государство вынуждено принимать меры по её регулированию. Существуют специальные органы, контролирующие рекламную деятельность. ( слайд № )

 Реклама настолько сильное средство, что может помочь продать негодный, некачественный товар. Как потребители мы порой сталкиваемся с назойливой рекламой, которая вызывает раздражение, поэтому существует закон, в котором прописаны правила рекламы ( слайд № ).

1.Конкретность.

2.Уникальность.

3.Корректность по отношению к конкуренту.

4.Краткость и чёткость.

5. Содержание рекламы должно меняться в зависимости от продвижения товара на рынке.

6. Введены ограничения на рекламу лекарств, табачных и спиртных изделий.

 Вы согласны с ними? Что бы вы как потребители могли ещё добавить к этим правилам?

 Теперь поработаем в группах и закрепим основные требования к рекламе. Каждая группа придумывает рекламу, где нарушено одно или несколько из перечисленных требований, а другая должна выявить ошибку.

Сегодня на уроке мы не раз упоминали слово «маркетинг» - это огромная область экономики между производством и сбытом товаров.

Возможности покупателей сильно расширились, фирмы конкурирующие друг с другом стараются завоевать как можно больше потребителей и получить прибыль. Реклама – это часть маркетинга.

Кто такой маркетолог и чем он занимается?

 Минутка в «В мире профессий» ( сообщение уч-ся о профессии маркетолог, промоутер, )

Выбор вашей профессии это дело ближайшего будущего.

 Вам было дано домашнее задание составить рекламный проект на заданный вид товара или услугу

1группа – школьный дневник.

2 группа – услуги салона красоты

3 группа – половник

4 группа – МБОУ « Баргузинская СОШ»

Вашу работу будет оценивать группа экспертов, которые являются представителями разных социальных групп: Экономист-

 Предприниматель –

 Домохозяйка-

 Преподаватель-

 (эксперты оценивают рекламные задания).

4.Стадия рефлексии.

 Выводы: Можно ли обойтись без рекламы?

 Как к ней следует относиться?

 Какова главная цель рекламы?

 С каким новыми терминами вы сегодня познакомились?

А вы обратили внимание, что тема урока не была названа? Сформулируйте её сами.

Учитель раздаёт краткие планы-конспекты урока.

 Благодарит учащихся за урок, выставляет оценки.

 5. Домашнее задание. Выберите рекламу ( в газете, телепрограмме, на плакате), которая вам не нравится. Объясните почему. Какую рекламу вы сами сделали бы для этого товара или услуг?