

## «Реклама – двигатель торговли»

**Цель:** расширить представление детей о рекламе.

**Задачи:**

- 1) Раскрыть сущность рекламы, как нравственной категории.
- 2) Учить детей составлять рекламу самостоятельно.
- 3) Воспитывать разумное поведение в жизненных ситуациях, связанных с рекламой.

### Сценарный план:

1. Организационный момент
2. Сообщение темы и цели занятия
3. Беседа по теме «Реклама»
4. Путешествие в прошлое
5. Проблемная ситуация
6. Творческое задание
7. Подведение итогов

### Ход занятия

#### 1. Организационный момент

- Добрый день! Мы рады приветствовать гостей на нашем занятии.

А вы сегодня приветствовали утро улыбкой? Тогда поторопитесь! Самые радостные, самые добрые, самые счастливые дни ждут нас тогда, когда мы их встречаем хорошим настроением!

#### 2. Сообщение темы и цели занятия

- Ребята, давайте вспомним, о чем мы говорили на прошлом занятии? *(о товарах и услугах)*

- Что такое **услуга**? *(это работа, выполняемая для удовлетворения потребностей людей, работа по обслуживанию человека.)*

- Что такое **товар**? *(это продукт труда, предназначенный для продажи или обмена.)*

- Кто производит товары? *(Товары производят: швеи, пекари, упаковщики и др.)*

- Где приобретают товары? *(Товары покупают в магазине, киоске, аптеке, универмаге, на рынке.)*

*Сейчас мы отправимся на рынок и посмотрим, как там идёт торговля.*

*(Инсценировка стихотворения С. Михалкова «Как старик корову продавал»)*

**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...**

*Весь день на базаре старик торговал,  
Никто за корову цены не давал.*

*Один паренёк пожалел старика:  
- Папаша, рука у тебя нелегка!  
Я возле коровы твоей постою,  
Авось продадим мы скотину твою.*

*Идёт покупатель с тугим кошельком,  
И вот уж торгуется он с пареньком;  
- Корову продашь?  
- Покупай, коль богат.  
Корова, гляди, не корова, а клад!*

*- Да так ли! Уже выглядит больно худой!  
- Не очень жирна, но хороший удой.  
- А много ль корова даёт молока?  
- Не выдоишь за день - устанет рука.*

*Старик посмотрел на корову свою:  
- Зачем я, Бурёнка, тебя продаю?  
Корову свою не продам никому -  
Такая скотина нужна самому!*

- Скажите, что очень важно сделать, чтобы продажа товара принесла большую прибыль?  
(Нужно прорекламиривать товар)

- И сегодня на занятии мы поговорим о рекламе. Вы узнаете, что такое реклама, какая она бывает и для чего она нужна, а также научитесь сами составлять рекламу. Я надеюсь, что знания, которые вы получите на занятии, вам пригодятся в жизни.

Тема нашего занятия **«Реклама»**. (Прикрепить к доске)

### **3. Беседа по теме «Реклама»**

- В наше время реклама настолько часто используется, что трудно представить время, когда ее не было.

Как вы думаете, когда же впервые появилась реклама? (Ответы детей)

- Почему вы так думаете? (Ответы детей)

Самый древний из ныне известных рекламных текстов, найден в египетском городе Мемфисе. Надпись приглашает посетить гадателя снов по имени Рино с острова Крит. (III век до н.э.)

Изображение гладиаторских боев, найденное на стене одного из домов в древнеримском городе Помпея также считают одним из первых видов рекламы.

Как вы думаете, что такое реклама? (Ответы детей)

**Реклама – в переводе с латинского означает «выкрикиваю», то есть это информация о потребительских свойствах товара или услуги с целью продажи.**

- Давайте обратимся к толковым словарям, как в них трактуется данное понятие. Откройте, пожалуйста, толковый словарь и найдите в нем определение к слову – реклама.

**1. С.И. Ожегов. Реклама - оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечения потребителей, зрителей.**

## **2. В.И. Даль. Реклама - статья в защиту свою, в опровержение чего; рекламация, прямое требование, настоянье на праве своем.**

-Ребята, скажите, какая бывает реклама?

*(Ответы детей)*

**Реклама бывает разная: это и газетные объявления, радио- и телереклама, щитовая, реклама движущаяся (на транспорте – автобусах, троллейбусах).**

- Какая информация содержится в рекламе?

*(Ответы детей)*

**В рекламе содержится следующая информация: название, адрес, телефон, учреждение, его преимущества.**

- Как вы считаете, какой она должна быть?

*(Ответы детей)*

**Она должна быть яркой, запоминающейся, краткой, привлекательной.**

**Реклама не должна обманывать людей, то есть должна быть достоверной.**

В 1995 году у нас в стране принят Федеральный закон «О рекламе». В этом законе говорится, что реклама не должна распространяться в печатных изданиях для несовершеннолетних, на обложках первой и последней полосах печатных СМИ; ближе 100 метров от детских организаций и многое другое. В настоящее время закон «О рекламе» вновь вынесен на обсуждение Государственной Думы и постоянно совершенствуется.

Кто, по вашему мнению, участвует в изготовлении рекламы?

*(Ответы детей)*

**В изготовлении рекламы участвуют многие люди: художники, артисты, поэты, конструкторы и много других людей разных профессий, в зависимости от вида рекламы.**

### **4. Путешествие в прошлое**

- А теперь совершим путешествие в прошлое нашей страны.

Невозможно не вспомнить старую Москву и крики уличных разносчиков. Крики – это присловье, которыми торговцы продавали свой товар. Мемуарист прошлого века Петр Федорович Вистенгоф в книге «Очерки московской жизни» пишет о разносчиках: **«Бесчисленное множество разносчиков всякого рода наполняют московские улицы. Одни из них, разодетые в синих халатах, продают дорогой товар, другие – в серых халатах, продают товар средней цены, наконец, мальчики и бабы продают самые дешевые лакомства... они кричат апельсины, лимоны, яблоки моченые и сливы соленые, сахарное мороженое... клюквенный квас. Продажа клюквы всегда сопровождается песней».** Чем больше удавалось рассмешить или разжалобить покупателя, тем быстрее расходился товар.

Скажите можно ли назвать это рекламой? *(Ответы детей)*

- Для чего нужна реклама? *(Ответы детей)*

### **5. Проблемная ситуация**

Реклама бывает скучная, смешная, познавательная и непонятная.

Реклама также может быть честной и нечестной.

- Бывает, что выполняя заказ, рекламоизготовители даже товара не видят. Им говорят: «Сделайте рекламу на итальянскую мебель, которая будет продаваться в нашем магазине». Показывают картинки с изображением этой мебели, и они придумывают рекламу.

Как вы думаете, правильно они поступают? (*Ответы детей*)

- Что нужно для того, чтобы сделать честную рекламу? (*Ответы детей*)

- Чтобы сделать объективную честную рекламу, надо видеть товар, знать его качество. Дело в том, что продавцу надо продать любой товар, а покупателю нужен только хороший товар, высокого качества и недорогой. Вот поэтому, когда человек благодаря рекламе узнает, где продается товар, он приходит в магазин, но прежде чем купить товар – внимательно смотрит, какого он качества, соответствует ли он рекламе.

### **6. Работа в группах**

- Сейчас я предлагаю вам поработать в группах. На столах у вас конверты с заданиями.

#### **Задание 1** (жёлтый конверт)

Ознакомьтесь и ответьте на следующие вопросы:

- Где можно разместить эту рекламу?
- Чем может заманить клиентов эта реклама?
- Какие недостатки этой рекламы вы заметили?

#### **Детский ресторан**

### **Розовая пантера**

- музыка, клоунада;
- игры, шарады;
- экзотические блюда.

**ПРИХОДИТЕ, МИЛОСТИ ПРОСИМ!**

- Давайте послушаем, что у вас получилось. Другие группы внимательно слушают и оценивают их ответ. (*Ответы детей*)

- Молодцы. Теперь я предлагаю вам составить памятку правильной рекламы. Как она должна выглядеть и что должна содержать.

Вам необходимо из предложенных слов выбрать правильные ответы.

#### **Задание для всех**

Какая должна быть реклама?

(Дети выбирают подходящие слова, прикрепляют рядом со словом РЕКЛАМА)

Красочная

Яркая

Недостоверная

Краткая

Привлекательная

Правдивая

Содержать адрес учреждения, телефон, название, его преимущества

Ложная

Вредит здоровью

Запоминающаяся

Содержательная

Давайте уточним **структуру** рекламы.

- Рекламный текст строится по-разному: он может начинаться с хвалебных слов, с призывов, с вопросительного предложения и т.д., но обязательно включает следующие элементы:

- **заголовок**;
- **рекламный лозунг (слоган)**;
- **основная часть**;
- **заключение («эхо-фраза»)**.

### Задание 3

У вас на столах лежат таблички с частями одной рекламы. Сейчас мы подробнее познакомимся с каждым из четырёх структурных элементов рекламы. Вы должны будете найти нужный элемент и таким образом составить весь текст рекламы.

**Заголовок** текста помогает человеку определить, интересуется ли его данное предложение или нет. Считается, что заголовки читают в пять раз чаще, чем сами тексты. Поэтому первая часть рекламы выполняет тройную функцию: привлекает внимание, информирует и убеждает.

**Заголовок** может:

- обещать какую-либо пользу или выгоду;
- содержать новости, полезную информацию;
- содержать название рекламируемого продукта;
- содержать информацию о доступности товара по цене для большинства покупателей или о снижении цены на товар, скидках, специальных акциях и т.п.

- Найдите среди табличек нужную часть.

**(Первая часть рекламы - «Магазин игрушек. АКЦИЯ!!!»)**

**Слоган** - это короткая рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение.

**Слоган** - короткий лозунг или девиз. Назначение слогана в рекламном материале - привлечь внимание и побудить к действию.

- Сравните, например, «Чистящее средство для кафеля, стекла и других поверхностей» или «Мистер Мускул». Что вам запомнилось больше? Почему?

- Итак, найдите вторую часть нашего рекламного текста.

**(Вторая часть рекламы – «Все лучшее – детям»)**

**В основной части** текста говорится о достоинствах рекламируемого товара (услуги), приводятся аргументы в его пользу; указывается, на кого направлена данная информация, какую выгоду получит покупатель, купив этот продукт. По возможности используются короткие, но ёмкие предложения, необходимо избегать трудных для понимания слов и выражений.

- Найдите, пожалуйста, основную часть нашей рекламы.

**(Третья часть рекламы – «Целый месяц всем хорошистам и отличникам – скидка. Чем больше пятерок, тем больше скидка!»)**

И, наконец, **заключение**, так называемая «эхо-фраза». Она как бы суммирует содержание рекламного текста. Обычно она с небольшими изменениями повторяет рекламный слоган

или наиболее важный элемент рекламного текста. Дело в том, что по законам психологии восприятия, начало и конец рекламного объявления запоминаются лучше, чем середина.

- У вас осталась всего одна фраза, сложите полный текст рекламы и прочитайте её.  
(Получаем текст – «*Магазин игрушек. АКЦИЯ!!! Все лучшее – детям. Целый месяц всем хорошистам и отличникам – скидка. Чем больше пятерок, тем больше скидка! Учиться хорошо – это выгодно!*»)

- А теперь давайте поговорим об **оформлении**.

В первую очередь определяется содержательная сторона, то есть о чем идет речь.

После этого, в соответствии с текстом, подбираются картинки, узоры, фон.

Теперь необходимо подумать о композиции: что где расположено?

Нужно продумать, также, какой будет размер текста, шрифта.

Также, очень важны сочетания цветов.

Именно на этом мы сейчас остановимся.

**Розовый** – гармония, любовь, комфорт, романтизм, доброта, эмоциональность.

**Оранжевый** – прогресс, уверенность.

**Желтый** – справедливость, мудрость, интеллектуальность, оптимизм.

**Золотой** – символ высшей власти, покровительства, победы, силы.

**Зеленый** – равновесие, гармония, стабильность, сотрудничество.

**Бледно-зеленый** – нежность, ранимость.

**Голубой** – преодоление препятствий, постоянство, покой.

**Бледно-голубой** – вдохновение, воодушевление, чистота.

**Темно-голубой** – подавленность, пессимизм, угрюмость.

**Фиолетовый** – загадочность, изобретательство, лидерство, мудрость, уравновешенность.

**Серый** – реализм, твердость, надежность, стабильность.

**Черный** – таинственность, загадочность, власть, индивидуальность.

**Серебряный** – равновесие, стойкость, гармония, успокоение.

Следует учесть, что и рамки различной формы производят совершенно разное впечатление на читающего рекламное объявление.

Большое значение имеет шрифт. Жирный шрифт стремится произвести впечатление серьезности, основательности товара, а курсив – легкости, тонкости, изысканности.

## 7. Творческое задание

А сейчас я предлагаю вам самим сделать рекламу. У вас в конвертах имеются элементы изображения рекламы. Вам необходимо собрать целостный рекламный щит, но при этом хорошо подумать, какие именно элементы вы будете использовать.

Законы и правила создания рекламы у вас на столах имеются.

### Законы рекламы

1. Высказывайтесь просто.
2. Высказывайтесь интересно.
3. Высказывайтесь прямо.
4. Высказывайтесь утвердительно.

5. Руководствуйтесь здравым смыслом.
6. Будьте кратким.
7. Будьте правдивым и благопристойным.
8. Будьте не похожим на других и оригинальным.
9. Повторяйте наиболее важные коммерческие аргументы.
10. Стремитесь привлечь и удержать внимание.
11. Говорите читателю о том, что он должен сделать.
12. Избегайте сравнений с конкурентами.
13. Правило Штирлица (запоминается последняя фраза).
14. Обращайте рекламу не в пустоту, а к личности.
15. Ваша реклама будет выглядеть привлекательно, если в ней не будет ошибок.

### **Правила создания рекламы**

- Сама идея рекламы должна быть необычна, креативна.
- Интересное, необычное решение композиции.
- Цельное цветовое решение.
- Подбор оригинального удобочитаемого шрифта.
- Акцент внимания на самом важном.

Первая группа. Вам необходимо создать рекламу детского йогурта.

Вторая группа. Создать рекламу на детскую книгу.

Третья группа. Создать рекламу детской зубной пасты.

Вы должны придумать и защитить такую рекламу своему товару, чтобы потребители поняли, что без вашего товара не обойтись, чтобы его захотели купить. Время 5 минут.

- Время истекло. Слово представителю первого рекламного агентства. *(Выступление первой группы).*

- Как вы считаете, купят ли вашу продукцию? Почему? *(Ответы детей)*

- Спасибо. А теперь слово представителю другого рекламного агентства. *(Выступление второй группы).*

- Спасибо. Скажите, убедила ли вас реклама в том, что это самый удачный выбор? *(Ответы детей)*

Слово представителю третьего рекламного агентства. *(Выступление третьей группы).*

- Спасибо. Скажите, удалось ли ребятам убедить потребителей?

### **8. Подведение итогов**

- Ребята, давайте подведем итог сегодняшнего занятия.

1) Что такое реклама? *(Реклама – в переводе с латинского означает «выкрикиваю», то есть это информация о потребительских свойствах товара или услуги с целью продажи.)*

2) Когда появилась первая реклама? *(В древнем городе Помпея на стене дома было изображение гладиаторских боев, в Мемфисе)* Какие виды рекламы существуют?

4) Какую информацию должна содержать реклама?

5) Для чего нужна реклама?

- Молодцы. Я думаю, что знания, которые вы сегодня получили на занятии, вам обязательно пригодятся в жизни.

Спасибо за внимание!